

EDISI REVISI



ONGKY HOJANTO

16 RAHASIA
MENINGKATKAN
KEKAYAAN DAN
MELEJITKAN KARIER
DENGAN PUBLIC
SPEAKING

PUBLIC SPEAKING MASTERY

PUBLIC SPEAKING MASTERY

Undang-undang Republik Indonesia
Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta:

Pasal 2

Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana:

Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PUBLIC SPEAKING MASTERY

16 Rahasia Meningkatkan Kekayaan
dan Melejitkan Karier
dengan Teknik Public Speaking

ONGKY HOJANTO
inspirasi sukses no.1 indonesia



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

PUBLIC SPEAKING MASTERY

ONGKY HOJANTO

GM 20401130092

Copyright © 2013 Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building Blok I, Lt 5
Jl. Palmerah Barat 29–37
Jakarta Pusat 10270

Perwajahan isi dan sampul: Suprianto
Foto sampul: Steven Sioe

Diterbitkan pertama kali oleh Penerbit PT Gramedia
Pustaka Utama,
Anggota IKAPI, Jakarta, 2013

Cetakan pertama: Desember 2012
Cetakan kedua: September 2013

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-979-22-9906-9

Dicetak oleh Percetakan Gramedia
Isi di Luar Tanggung Jawab Percetakan

Dipersembahkan kepada

The man who create my life, Jesus Christ
Terima kasih untuk talenta dan kebersamaan-Mu, selalu!

The man who change my life, Mr. Tung Desem Waringin
Terima kasih untuk dukungan, kesempatan, ilmu, dan
inspirasi

Angels in my life:
Fonny, Meriel, Brinet, dan Carmen

My parents:
dr. Ch. Hojanto dan Liana Andries

My brother:
Christian Hojanto

UCAPAN TERIMA KASIH

Untuk orang-orang hebat yang membantu lompatan karier saya: Pak Suhendro Boroma, Direktur Utama *Manado Post*, Pak Marlon Sumaraw, Pemimpin Redaksi *Manado Post*, Pak Urief Hassan, Dirut Keuangan *Manado Post*, dan Pak Dayke Rarobong, Wakil Direktur Marketing *Manado Post*.

Pak Jusak K., pemimpin Pasific Media Grup, Mas Edi dan seluruh Tim Smart FM Manado, Pak Tulus Tampubolon dan tim Majalah *Info Bisnis International*, Pak Wandu dan tim Gramedia Pustaka Utama. Ibu Sri Suyekti dan Pak Lucky dari *Koran Kontan*, Pak Herlambang serta Pak Diki M. Sidik dari TDW Resources, Pak Anri Mailoor dari Rapih Advertising.

Untuk rekan-rekan *trainer* di Indonesia NLP: Pak Rudy Sugiono, Pak Fuad Zakiy, Pak Irlan, Ibu dr. Rustini, Ibu Ratna, dan Ibu Gita yang memiliki *passion* memajukan Indonesia.

Untuk para guru NLP yang menjadi tempat saya belajar: Bernie Wee (Mind Transformation–Singapura), Tim Halboom (NLP Institute–California), William Horton (NFNLP), Michael Carroll dan John Grinder (NLP Academy–London), Robert Dilts (NLP University–Santa Cruz), R.H. Wiwoho dan Khrishnamurti.

Untuk seluruh staf dan mitra Public Speaking Academy serta Ongky Hojanto Resources, terima kasih atas dedikasi dan kinerja yang Anda berikan selama ini.

Untuk semua perusahaan, organisasi, yayasan, dan sekolah yang memercayai saya dalam membagikan motivasi, inspirasi, serta edukasi. Hal itu merupakan kesempatan terbesar dalam karier saya sebagai *trainer*.

PRAKATA

Sesekali saya melihat ke jendela pesawat di samping kanan saya, memandang birunya langit dan aneka bentuk awan putih yang berserakan. Hijaunya daratan seakan membawa lamunan saya tentang perjalanan hidup semakin dalam.

Waktu berputar begitu cepat, tak pernah bertanya mengenai kesiapan kita dalam melewatinya. Saya ingat persis pada tahun 2006, ketika saya membuat keputusan terbesar dalam hidup, yaitu menjadi *public speaker* sekaligus *trainer* dengan mengikuti Train for Firewalk Trainer di Bali yang dibawakan oleh Tung Desem Waringin. Keajaiban itu terjadi. Hal-hal dahsyat terus menghampiri saya. Kejadian-kejadian luar biasa seakan-akan terus mengejar saya. *My dream comes true!*

Selepas Train for Firewalk Trainer, saya mulai mengisi acara-acara motivasi di radio Trijaya FM selama enam bulan, kemudian pindah ke radio Smart FM Manado. Setahun kemudian saya mengisi acara motivasi di Pacific TV Manado serta menulis artikel di koran *Manado Post* dan majalah *Info Bisnis Internasional*. Sejumlah hal luar biasa saya peroleh karena dikenal orang setelah menjadi *trainer* dan *public speaker*.

Dari segi bayaran sebagai pembicara profesional, perolehan saya naik dari Rp500.000,- menjadi Rp20.000.000,- untuk *training* selama 3 jam. Dari segi perkembangan bisnis, dari 1 karyawan tumbuh menjadi 7 karyawan. Dari tinggal di rumah mertua hingga memiliki 4 rumah. Dari tabungan yang selalu kosong kini ada deposito abadi yang hanya perlu diambil bunganya. Setiap bulan,

terkadang setiap minggu, terbang untuk membawakan seminar, tinggal di hotel-hotel terbaik, bertemu dengan banyak orang hebat, serta menangani perusahaan lokal hingga internasional. Memori-memori itu seakan-akan menari-nari di benak saya saat saya mengenang perjalanan hidup saya.

Kalau tahun 2006 di Bali saya datang sebagai peserta, tahun 2011 saya datang sebagai *co-trainer* Tung Desem Waringin untuk mengajarkan teknik dan *skill* sebagai *trainer*. Kalau tahun 2006 saya datang tanpa uang lebih dan terpaksa tinggal di hotel saat semua teman berjalan-jalan, tahun 2011 saya bisa menginap sebulan penuh di hotel terbaik tanpa perlu mengkhawatirkan uang.

Sambil tersenyum saya ingat hobi saya mengikuti seminar dan belajar. Sebelumnya saya belajar dari pembicara-pembicara terbaik Indonesia, dan sejak tahun 2008 mulai belajar dari pembicara-pembicara terbaik dunia. T. Harv Eker, pembicara finansial asal Kanada; Tim Halboom, *master trainer* NLP dari San Francisco; Bernie Wee, *famous NLP trainer in Asia* di Singapura; dan Anthony Robbins, pelatih sukses no.1 dunia, adalah orang-orang yang saya kejar karena ilmunya.

Kalau dulu biaya seminar ratusan ribu rupiah, untuk belajar dari yang terbaik saya perlu menyiapkan dana ratusan juta rupiah. Terbayang, harga tiket seminar yang saya hadir pada 2006 hanya Rp75.000,-, dan saat ini peserta NLP Practitioner harus membayar Rp15.000.000,-. "*It's an evolution,*" kata saya, dan "*That's a revolution,*" kata Tung Desem Waringin.

Akhirnya, saya menyimpulkan keputusan hidup yang saya buat dengan pertimbangan dan kenekatan untuk menjadi *professional public speaker* adalah titik awal semua hal ini. Mungkin banyak orang yang memperoleh kekayaan lebih besar dari saya, tapi saya hanya bekerja rata-rata 8 hari sebulan untuk mendapatkan uang

yang lebih besar dari gaji direktur. Betul, ada banyak orang yang lebih kaya dari saya, tapi saya bisa bertemu serta bermain dengan anak-anak saya hampir setiap hari.

Benar ada banyak bisnis yang lebih hebat dari menjadi *public speaker*, tapi hanya dengan menjadi *public speaker* saya memperoleh banyak doa positif serta testimoni menyentuh hati mengenai perubahan hidup dari orang lain. Sambil menatap dua buku saya, *The Secret to Be More Success* dan *Financial Revolution in Action*, saya berucap, "Thanks God".

Saat Anda memutuskan membeli buku ini, itu keputusan awal yang benar karena di buku ini saya menuangkan semua ilmu *public speaking* yang saya peroleh selama 5 tahun menjadi *public speaker*, 4 tahun membawakan *talkshow* di Smart FM Manado, 4 tahun membawakan *talkshow* di Pacific TV Manado, plus ilmu-ilmu dari para master *public speaking*. Saya yakin Anda tidak akan menjumpai buku seperti ini dalam lima hingga sepuluh tahun mendatang karena tidak banyak orang yang memahami detail dunia *public speaking*, dan sedikit orang yang memahaminya masih memegang erat ilmu itu sehingga tidak pernah ditularkan kepada orang lain. Walaupun saya sadar akan lebih mudah bagi Anda yang serius ingin menguasai ilmu *public speaking* untuk mengikuti *workshop* Public Speaking Mastery, dan jika ingin menjadi *trainer* Anda bisa mengikuti *workshop* Trainerpreneur karena Anda bisa bertanya dan langsung praktik, buku ini lebih dari cukup sebagai langkah awal bagi Anda untuk menggeluti profesi sebagai *public speaker*.

Selamat datang di dunia *public speaking*, dunia yang akan membuat Anda terkenal pada masa muda (masuk TV, radio, koran, dan majalah), kaya raya pada masa tua, dan semoga saat meninggal Anda dan saya menjadi bagian dari surga karena semua hal positif yang kita lakukan serta iman yang kita miliki.

DAFTAR ISI

ALL ABOUT PUBLIC SPEAKING — 17

Tujuan bab ini: *memberikan gambaran sejarah public speaking, jenis presentasi dan tantangan dalam presentasi, serta pentingnya public speaking untuk kesuksesan Anda*

Sejarah Public Speaking — 23

Komponen Public Speaking — 32

Kuadran Public Speaking — 33

RAHASIA 1: SUBJECT MASTERY — 36

Tujuan bab ini: *menjadikan Anda master di bidang yang akan Anda bahas sehingga Anda bisa antusias dalam berbicara*

Cara Memiliki World Class Skill — 36

Tujuh Cara Menjadi Master — 40

RAHASIA 2: MENGATASI RASA TAKUT — 44

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara untuk mengendalikan rasa takut dan cemas dalam berbicara, serta menggantinya dengan rasa percaya diri*

5P: Cara Terampuh untuk Mengatasi Rasa Takut — 44

RAHASIA 3: MENYENANGKAN AUDIENS — 57

Tujuan bab ini: *Anda memiliki kemampuan menyenangkan audiens sehingga pesan yang Anda sampaikan dapat diterima dengan baik*

Hiburlah Audiens Anda — **57**

Mengetahui Gaya Belajar Audiens—*Four Learning Styles* — **63**

RAHASIA 4: MENGETAHUI TIPE-TIPE AUDIENS — 67

Tujuan bab ini: *Anda mengetahui tipe-tipe audiens serta cara mengatasinya sehingga bisa mengendalikan mereka*

Sheep—Si Anak Manis — **67**

Hotshot—Si Pemelajar — **68**

Clown—Si Penghibur — **70**

Sniper—Si Pengkritik — **71**

Snowman—Si Mr. and Mrs. Cool — **72**

Black Cloud—Si Negative Thinking — **74**

Unwanted Panelist—Si Ahli yang Tersasar — **75**

RAHASIA 5: SEQUENCING BAGIAN I TEKNIK PEMBUKAAN YANG POWERFUL — 77

Tujuan bab ini: *Anda bisa menarik perhatian audiens dalam 3 detik pertama sehingga fokus perhatian mereka mengarah kepada Anda*

Urutan yang Mudah Diingat dan Dipahami — **77**

Struktur Public Speaking yang Memukau — **78**

Kesan Pertama Adalah Segalanya — **79**

10 Teknik Pembukaan yang Powerful — **80**

RAHASIA 6: SEQUENCING BAGIAN II SEDERHANAKANLAH HAL YANG KOMPLEKS DAN MUDAHKANLAH HAL YANG SULIT — 92

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara yang sistematis dalam menyampaikan-*

kan pesan kepada audiens sehingga mudah dimengerti dan diingat oleh audiens

Beberapa Kesalahan Umum yang Dilakukan dalam Membahas Poin

Utama — **92**

Teknik membawa Orang ke Puncak Presentasi Anda — **94**

6 Teknik Menyusun Public Speaking yang Mudah Dimengerti — **94**

7 Ilustrasi untuk Memperkuat Poin Utama — **99**

RAHASIA 7: SEQUENCING BAGIAN III TEKNIK PENUTUPAN YANG BERKESAN — **107**

Tujuan bab ini: *Anda memiliki kemampuan membuat penutupan yang berkesan dan membuat diri Anda memperoleh apresiasi*

6 Cara Menutup Public Speaking agar Berkesan — **107**

RAHASIA 8: KATA-KATA YANG MENGHIPNOSIS — **123**

Tujuan bab ini: *Anda memiliki pengetahuan dalam memilih kata-kata yang powerful sehingga mengaktifkan otak kiri dan otak kanan audiens, membuat mereka tidak sekadar mendengarkan, tapi membayangkan apa yang Anda katakan*

Rahasia Agatha Christie — **123**

Cara Menciptakan Gambar di Otak Audiens — **125**

RAHASIA 9: BUAT ATURAN AGAR ANDA TIDAK DIATUR — **129**

Tujuan bab ini: *Anda mengarahkan audiens secara halus agar mau melakukan apa yang Anda perintahkan*

Teknik Membingkai Audiens agar Menuruti Instruksi Anda — **129**

Beberapa Aturan Dasar dalam Presentasi — **131**

RAHASIA 10: MENJAWAB PERTANYAAN SULIT — 134

Tujuan bab ini: *Anda memiliki kemampuan menangani setiap pertanyaan yang diberikan, bahkan saat Anda tidak mengetahui jawabannya*

Teknik Menjawab Pertanyaan — **134**

Menjawab Pertanyaan Tanpa Jawaban — **138**

Metode REST sebagai Cara Ampuh Menjawab Pertanyaan — **140**

RAHASIA 11: MENGATASI KEADAAN DARURAT — 142

Tujuan bab ini: *Anda memiliki rencana B, C, dan D saat rencana A Anda tidak berjalan dengan baik*

Tetap Memegang Kendali dalam Situasi Tak Terkendali — **142**

RAHASIA 12: DRESS FOR SUCCESS — 147

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara berbusana yang baik*

Kesan Pertama Tak Terlupakan — **147**

RAHASIA 13: SHOWMANSHIP — 150

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara untuk menyampaikan pesan secara nonverbal lewat mata, tangan, dan suara*

I'm an Actor — **150**

Eyes — **151**

Hands — **153**

Legs — **156**

Basic position — **158**

Voice — **161**

Beberapa Hal yang Berkaitan dengan Teknik Vokal — **164**

RAHASIA 14: PENATAAN TEMPAT DUDUK —168

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara untuk mengatur tempat duduk sehingga efektif dalam proses belajar-mengajar*

Tipuan Kamera —**168**

RAHASIA 15: INGENIOUS INTERACTIVITY —171

Tujuan bab ini: *Anda memiliki teknik mengajak audiens terlibat dalam presentasi*

Jadilah Teman Belajar, Bukan Guru —**171**

RAHASIA 16: BICARA TANPA PERSIAPAN —175

Tujuan bab ini: *Anda memiliki cara untuk berbicara dengan baik, walaupun tanpa persiapan sama sekali*

Tetap Percaya Diri walaupun Tanpa Persiapan —**175**

7 Teknik Impromptu — **176**

Siapa Ongky Hojanto? — **180**

Daftar Pustaka — **194**

ALL ABOUT PUBLIC SPEAKING

” PELAJARILAH SENI BICARA MAKA
ANDA AKAN MENGUASAI KEADAAN.

—Hieroglif Piramida Mesir Kuno

“**M**engapa teman saya yang tidak juara kelas bisa sukses?”
Mungkin beberapa di antara Anda pernah mengajukan pertanyaan sama. Mitos di sekolah adalah anak yang menjadi juara kelas akan memiliki masa depan yang cerah dan anak yang jago berhitung atau ilmu pasti adalah anak istimewa yang cemerlang masa depannya. Akan tetapi, pengalaman di lapangan menyatakan sebaliknya. Anak yang memiliki prestasi akademis biasa-biasa saja justru sukses.

Daniel Goleman dengan bukunya *Emotional Intelligence* adalah tokoh yang membuka mata manusia bahwa seorang anak lahir ke dunia dengan membawa berbagai kecerdasan. Dia menyatakan dengan tegas bahwa IQ hanya menyumbang 20% terhadap kesuksesan seseorang dalam kehidupan. Selebihnya, 80%, disumbangkan oleh kecerdasan lain, termasuk Kecerdasan Emosional (EQ). Padahal, ukuran kepintaran seseorang di sekolah didasarkan pada IQ, bukan EQ.

EQ adalah kemampuan mengetahui apa yang Anda dan orang lain rasakan serta bagaimana membangun sesuatu yang konstruktif

dengan perasaan-perasaan itu. Terbukti faktor penunjang kesuksesan, seperti *network*, akan lebih mudah dimiliki jika Anda dikenal oleh banyak orang dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

Untuk menjawab pertanyaan di awal, saya juga mendapati hasil penelitian Employment Research Institute tahun 2005 mengungkapkan *hard skill* hanya berkontribusi sebesar 18% terhadap kesuksesan seseorang. Sisanya, 82%, disumbangkan oleh kemampuan-kemampuan yang disebut *soft skill*. Sementara itu, survei National Association of Colleges and Employers yang dilakukan tahun 2002 di AS dengan subjek penelitian 457 pemimpin perusahaan menyatakan bahwa indeks prestasi kumulatif (IPK)



• James M Citrin

• Thomas J Neff

Survei yang menarik dilakukan oleh Thomas J. Neff dan James M. Citrin (1999) dan dituangkan dalam buku mereka, *Lesson from the Top*. Pada tahap pertama, penulis buku meminta sekitar 500 orang (CEO dari berbagai perusahaan, LSM, dan dekan atau rektor perguruan tinggi) menominasikan lima puluh orang yang menurut mereka merupakan orang tersukses di Amerika.

Di antara kelima puluh nama itu yaitu: Jack Welch (General Electric), Bill Gates (Microsoft), Andy Grove (Intel), Lou Gerstner (IBM), Michael Dell (Dell Computer), Mike Armstrong (AT&T), John Chambers (Cisco System), Frederick Smith (Federal Express), Steve Case (America Online), Elizabeth Cole (American Red Cross), Michael Eisner (Walt Disney), Ray Gilmartin (Merck), Hank Greenberg (AIG), Alex Trotman (Ford

bukanlah hal yang dianggap penting di dunia kerja. Jauh lebih penting *soft skill*, yang antara lain berupa kemampuan komunikasi, kejujuran, kerja sama, motivasi, adaptasi, dan relasi interpersonal lain dengan orientasi nilai yang menjunjung kinerja yang efektif.

Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi MBA dunia terhadap lulusan program MBA. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *soft skill* lebih berperan dalam peningkatan karier. Penelitian ini dilakukan tahun 2008 dan merupakan penelitian lanjutan yang dimulai sejak 2006. Selain itu, survei yang dilakukan Pusat Kurikulum Depdiknas mengungkap bahwa kunci kesuksesan adalah 80% pola pikir dan 20% keahlian teknis.

Motor Company), Bill Steere (Pfizer), Howard Schultz (Starbucks), dan Ralph Larsen (Johnson & Johnson).

Pada tahap selanjutnya Neff dan Citrin melakukan wawancara dengan lima puluh orang terpilih itu secara satu per satu. Salah satu pertanyaannya mengenai rahasia sukses mereka. Jawaban mereka dirangkum dalam bab kesimpulan yang memuat sepuluh kiat yang menurut kelima puluh orang itu paling menentukan kesuksesan mereka. Tahukah Anda, dari kesepuluh kiat sukses itu tak ada yang menyatakan pentingnya memiliki keterampilan teknis alias *hard skill* sebagai persyaratan untuk sukses di dunia kerja.

Kelima puluh orang itu secara senada mengatakan yang paling menentukan kesuksesan mereka bukanlah keterampilan teknis, melainkan kualitas diri yang termasuk kategori *soft skill* atau keterampilan berhubungan dengan orang lain (*people skill*).

10

KIAT SUKSES

Berikut sepuluh kiat sukses lima puluh orang tersukses di Amerika tersebut, atau dikenal dengan Ten Common Traits of the Best Business Leaders:

1. Passion
2. Intelligence and clarity of thinking
3. Great communication skills
4. High energy level
5. Egos in check
6. Inner peace
7. Capitalizing early life experience
8. Strong family life
9. Positive attitude
10. Focus on “doing the right things right”

Menurut Berthall, *soft skill* didefinisikan sebagai *personal and interpersonal behaviors that develop and maximize human performance (e.g. coaching, team building, initiative, decision making etc.)*. *Soft skills does not include technical skills such as financial, computing and assembly skills*. *Soft skill* adalah keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (termasuk dengan dirinya sendiri). Dengan demikian atribut *soft skill* meliputi nilai yang dianut, motivasi, perilaku, kebiasaan, karakter, dan sikap. Semua itu dimiliki setiap orang dengan kadar yang berbeda-beda, dipengaruhi kebiasaan berpikir, berkata, bertindak, dan bersikap. Namun, semua itu bisa berubah jika yang bersangkutan mau, dengan cara membiasakan diri dengan hal-hal baru.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Inggris, Amerika, dan Kanada, ada 23 atribut *soft skill* yang dominan di lapangan kerja. Urutannya berdasarkan prioritas kepentingan yaitu:

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Inisiatif | 13. Manajemen diri |
| 2. Etika/integritas | 14. Kemampuan menyelesaikan masalah/persoalan |
| 3. Berpikir kritis | 15. Dapat meringkas |
| 4. Kemauan belajar | 16. Bekerja sama |
| 5. Komitmen | 17. Fleksibel |
| 6. Motivasi | 18. Bekerja dalam tim |
| 7. Bersemangat | 19. Mandiri |
| 8. Dapat diandalkan | 20. Mendengarkan |
| 9. Komunikasi lisan | 21. Tangguh |
| 10. Kreatif | 22. Berargumentasi logis |
| 11. Kemampuan analitis | 23. Manajemen waktu |
| 12. Dapat mengatasi stres | |

23

Salah satu atribut yang penting adalah kemampuan berkomunikasi, yang sangat diperlukan saat berhadapan dengan orang lain, baik dalam jumlah sedikit maupun banyak. Inilah yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *public speaking*. Menurut *Webster Third New International Dictionary*, *public speaking* memiliki dua definisi, yaitu *the act of process of making speech in public* (proses berbicara di depan umum) dan *the art of science of effective oral communication with an audience* (seni ilmu pengetahuan tentang komunikasi lisan yang efektif dengan pendengar).

Tanpa kita sadari, keterampilan *public speaking* sebenarnya kebutuhan setiap manusia, siapa pun dan apa pun jabatan serta posisi Anda di pekerjaan.

**” IF YOU WANT TO BE A LEADER,
YOU HAD BETTER BE ABLE TO
COMMUNICATE.”** —Paul A. Argenti,

Professor of Management and Corporate Communication
Tuck School of Business at Dartmouth

”FOR ANYONE, BEING ABLE TO
COMMUNICATE INFORMATION IS
ABSOLUTELY ESSENTIAL.” —Dr. Gilda Carle, Ph.D., M.S., B.A.,

Penulis 15 buku, Terapis televisi tersibuk dalam bisnis, *The New York Times*

Beberapa manfaat penting *public speaking*:

- Kemampuan *public speaking* adalah tuntutan hampir semua profesi (guru, dosen, manajer, pendakwah, instruktur, nara-sumber, penyiar, presenter, MC/pembawa acara, politikus, tenaga penjual, dan lain-lain).
- Melalui *public speaking* kita bisa menyampaikan ide atau pemikiran kepada orang banyak dengan efektif dan respektif.
- Dengan menguasai *public speaking* kita memiliki kesempatan luas mengaktualisasikan segala potensi di hadapan siapa pun. Ini kesempatan untuk mempromosikan diri. Bukan siapa yang Anda kenal, tapi siapa yang mengenal Anda-lah yang akan membuat kehidupan Anda berubah.
- Kemampuan *public speaking* mendukung kepemimpinan.
- Kemampuan *public speaking* menumbuhkan kepercayaan diri.
- Kemampuan *public speaking* berkontribusi dalam melejitkan prestasi.
- Kemampuan *public speaking* akan mendukung dan mempermudah sampainya informasi, pesan, materi, pelajaran, serta dakwah dari komunikator kepada komunikan secara lebih efektif dan efisien.
- *Public speaker* adalah profesi dengan bayaran termahal di Indonesia dan dunia.

Contoh:

Anthony Robbins dibayar US\$1,000,000 untuk 3 jam seminar
Tung Desem Waringin dibayar Rp100.000.000,- untuk 3 jam seminar

Ongky Hojanto dibayar Rp20.000.000,- untuk 3 jam seminar

SEJARAH PUBLIC SPEAKING

Sekitar 2.500 tahun lalu di Athena kuno, para pemuda diminta memberikan pidato yang efektif sebagai bagian dari tugas mereka sebagai warga negara. Pada masa itu Socrates (469-398 SM), Plato (427-347 SM), dan Aristoteles (384-322 SM) mengajari murid mereka filsafat serta retorika. Menurut Plato, retorika adalah “seni memenangkan jiwa dengan wacana”.

Saat itu semua warga harus mampu berbicara di hadapan legislatif dan bersaksi di pengadilan. Warga bertemu di sidang besar di pasar (*agora*) untuk membahas isu-isu perang, ekonomi, dan politik. Hal itu ditambah dengan lembaga Pengadilan Rakyat oleh Sage, Solon, pada 594-593 SM, saat warga bisa membawa keluhan-keluhan mereka ke pengadilan dan berdebat tentang kasus mereka. Saat itu tidak ada pengacara dan karena orang sering saling menggugat, jadi setiap warga negara perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk dirinya dan keluarga.

Aristoteles mengidentifikasi unsur-unsur dasar pidato yang baik dan persuasif sebagai *ethos*, *logos*, dan *pathos*. Menurut Aristoteles, *ethos* (kredibilitas, keterpercayaan) pembicara sangat penting. *Logos* (logika) di balik semua penjelasan yang dipaparkan oleh pembicara dan isi presentasi haruslah valid serta jelas. Sementara itu, *pathos* (daya tarik emosional) adalah unsur penting untuk membangun hubungan antara pembicara dan pendengar.

Pada abad ke-1 SM, Marcus Tullius Cicero (106-43 SM) menjadi orator “nomor 1” dan dikenal sebagai pengacara, politisi, serta filsuf. Dia mengembangkan apa yang kita sebut Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*) dan masih digunakan sampai sekarang:

Kelima tahapan itu adalah sebagai berikut:

1. ***Inventio*** (penemuan). Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti audiens agar bisa menemukan metode serta gaya bicara yang tepat. Pembicara mengumpulkan bahan atau materi *public speaking* dan merumuskan tujuan pembicaraan yang sesuai dengan kebutuhan audiens.
2. ***Dispositio*** (penyusunan). Pada tahap ini, pembicara menyusun presentasi atau mengorganisasikan pesan secara runut dan logis. Presentasi yang tersusun dengan tertib (*well organized*) akan menciptakan suasana yang *favorable*, membangkitkan minat audiens, dan memudahkan pemahaman. Hindari *public speaking* yang panjang, melelahkan, dan membosankan. *Public speaking* seperti itu biasanya dikarenakan pembicara mempunyai materi yang banyak, tapi tidak mampu mengorganisasikannya. *Public speaking* yang tidak teratur tidak hanya membuat pendengar jengkel, tapi juga membingungkan pembicara. “*Let your speech march*”, pesan seorang ahli.

Sistematika *public speech* terdiri atas:

1. ***Exordium*** (kepala), sebagai pengantar yang berfungsi membangkitkan perhatian audiens;
2. ***Protesis*** (punggung), berisi latar belakang tema yang dikaitkan dengan kepentingan audiens;

3. *Argumenta* (perut), berupa alasan-alasan yang mendukung pernyataan pembicara;
4. *Conclusio* (ekor), berisi penutup.

Ada banyak cara untuk menyusun pidato, tapi semuanya tidak boleh menyalahi prinsip-prinsip komposisi pidato. Menurut Raymond S. Ross, prinsip-prinsip komposisi pidato terdiri atas:

- a. *Kesatuan (unity)*. Komposisi pidato yang baik harus merupakan satu kesatuan isi, tujuan, dan sifat serta tujuan. Ibarat tubuh, komposisi pidato yang baik harus memiliki kesatuan pendahuluan, isi, dan penutup yang saling mendukung. Gagasan dan tujuan yang akan dicapai ditunjang oleh pemilihan gaya, bahasa, dan kata-kata. Kurangnya kesatuan akan membuat pembicara dianggap bertele-tele.
- b. *Pertautan (coherence)*. Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian terhadap satu sama lain. Dengan adanya pertautan, perpindahan dari pokok yang satu ke pokok yang lain berjalan lancar. Sebaliknya, hilangnya pertautan menyebabkan gagasan terputus sehingga audiens tidak dapat menarik gagasan pokok dari seluruh pembicaraan. Tidak adanya pertautan biasanya disebabkan oleh persiapan yang kurang memadai, pemikiran yang ceroboh, serta penggunaan kata-kata yang tidak pas. Secara teknis, pertautan dapat dipelihara dengan menggunakan tiga cara, yaitu ungkapan penyambung (*connective phrases*), paralelisme, dan gema (*echo*). Ungkapan penyambung adalah satu kata atau lebih yang merangkai bagian-bagian. Paralelisme berarti menyejajarkan struktur kalimat yang sejenis dengan ungkapan yang sama untuk setiap pokok

pembicaraan. Contoh paralelisme: “Pemuka masyarakat memiliki tiga ciri: dia mengetahui lebih banyak, dia berpendidikan lebih tinggi, dia memiliki status yang lebih terhormat dibanding anggota masyarakat lain”. *Echo* adalah kata atau gagasan di kalimat terdahulu yang diulang di kalimat baru. Pada contoh berikut yang dicetak miring adalah *echo*: “*Ketiga hal itu* menentukan berhasil tidaknya pendidikan. *Yang disebut terakhir*, yaitu *masyarakat*, banyak pengaruhnya, tapi mendapat sedikit perhatian.

- c. **Titik berat (*emphasis*)**. Jika kesatuan dan pertautan memudahkan pendengar mengikuti serta memahami jalannya pembicaraan, titik berat memudahkan pendengar memahami bagian-bagian penting yang harus diperhatikan dalam isi pidato. Titik berat dalam uraian lisan (*oral style*) dinyatakan dengan jeda, tekanan suara yang dinaikkan, perubahan nada, isyarat, dan sebagainya.

3. ***Elocutio*** (pemilihan gaya). Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata serta bahasa yang tepat untuk “mengemas” pesan yang dia kirimkan. Aristoteles menyarankan penggunaan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima, jadi pilih kata-kata yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat yang indah, mulia, dan hidup, serta sesuaikan bahasa dengan pesan dan audiens. Bahasa lisan (*oral style*) berbeda dengan bahasa tulisan. Dalam *oral style*, pendengar hanya mendengar ucapan satu kali, tapi dalam bahasa tulisan pembaca dapat membaca berulang kali kalau mau. Oleh karena itu, bahasa yang dipilih harus pendek, simpel, singkat, dan familier agar memudahkan pemahaman.

4. **Memoria** (memori). Pada tahap ini, pembicara harus ingat apa yang akan disampaikan dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya. Adakalanya pembicara melatih pidato di depan cermin secara berulang-ulang. Selain itu, pembicara juga harus memiliki teknik membuat audiens ingat apa yang dia sampaikan, misalnya dengan membuat singkatan.
5. **Pronuntiatio** (*delivering*/penyampaian). Pada tahap ini, pembicara menyampaikan pesan secara lisan. Pembicara membuktikan hasil persiapannya dalam empat tahap sebelumnya. Demosthenes, ahli pidato pada masa Yunani, menganggap tahap ini yang paling sulit. Orang Inggris berkelakar, "*Speeches, just like babies, are easy to conceive, but hard to deliver.*"

METODE RETORIKA

Berikut metode retorika yang masih digunakan hingga saat ini:

a. **Exordium** (pendahuluan)

Berfungsi sebagai pengantar ke pokok persoalan yang akan dibahas dan sebagai upaya menyiapkan mental hadirin (*mental preparation*) serta membangkitkan perhatian (*attention arousing*). Berbagai cara yang dapat ditampilkan untuk menarik perhatian hadirin yaitu:

1. Mengemukakan kutipan (ayat kitab suci, pendapat ahli ternama, dan lain-lain);
2. Mengajukan pertanyaan;
3. Menyajikan ilustrasi yang spesifik;
4. Memberikan fakta yang mengejutkan;
5. Menyajikan hal yang bersifat manusiawi;
6. Mengetengahkan pengalaman yang ganjil.

Beberapa hal penting yang perlu dihindari dalam retorika antara lain:

1. Permintaan maaf karena kurang persiapan, tidak menguasai materi, tidak berpengalaman, dan lain-lain.
2. Lelucon yang berlebihan.

b. Protesis (latar belakang)

Penyampaian hakikat pokok persoalan secara faktual atau berkaitan dengan nilai serta fungsinya dalam kehidupan. Pembahasan itu dikemukakan sedemikian rupa sehingga tampak jelas kaitannya dengan kepentingan pendengar.

c. Argumenta (isi)

Pemberian ulasan-ulasan tentang topik yang akan disajikan secara teoretis, kemudian penyampaian kekuatan posisinya.

d. Conclusio (kesimpulan)

Penegasan hasil pertimbangan yang mengandung justifikasi atau pembenaran menurut penalaran orator atau pembawa naskah.

Hal-hal yang perlu dihindari dalam pembuatan kesimpulan:

1. Mengemukakan fakta baru;
2. Mengemukakan kata-kata mubazir dan tidak fungsional.

Dua persyaratan mutlak bagi orang yang akan melakukan *public speaking*:

1. *Source credibility* atau sumber tepercaya (ahli di bidangnya);
2. *Source attractiveness* atau daya tarik sumber, artinya memiliki penampilan yang meyakinkan untuk tampil sebagai orator.

JENIS PRESENTASI

Para ahli mengungkapkan jenis presentasi yang biasa digunakan, meliputi:

- **Presentasi Dadakan (*Impromptu*)**

Pembicaraan *impromptu* merupakan jenis presentasi yang dilakukan secara mendadak tanpa persiapan. Dalam hal ini pembicara ditunjuk langsung untuk menyampaikan informasi kepada pendengar tanpa mempersiapkan segala sesuatunya, baik tema pembicaraan maupun alat bantu, sehingga perasaan terkejut akan menghinggapi si pembicara.

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan dalam presentasi *impromptu*.

Kelebihan:

- Informasi yang disampaikan sesuai dengan perasaan pembicara yang sesungguhnya sehingga jauh dari kesan rekayasa
- Kata atau suara yang keluar merupakan hasil spontanitas
- Pembicara terus-terusan berpikir selama menyampaikan informasi

Kekurangan:

- Informasi yang disampaikan tersendat-sendat karena membutuhkan waktu untuk berpikir dan mengolah kata demi kata
- Penyampaian tidak berurutan/sistematis karena harus menyampaikan informasi secara mendadak, kecuali pembicara telah menguasai teknik presentasi *impromptu* yang saya bahas di Rahasia 16.
- Mungkin akan terjadi demam panggung dengan suhu

tinggi karena belum ada persiapan apa-apa untuk hal yang harus disampaikan.

- **Presentasi Naskah (*Manuscript*)**

Presentasi ini dilakukan oleh pembicara dengan membaca naskah. Tidak sedikit orang yang melakukannya. Setiap kata yang keluar sudah tertulis di naskah. Pembicara melupakan tugas utamanya, yaitu melakukan kontak mata dengan pendengar. Jadi, bisa dibilang pembicara bukan menyampaikan presentasi, tapi membacakan naskah presentasi.

Kelebihan:

- Penyampaian berurutan/sistematis
- Kata-kata yang keluar diungkapkan secara baik dan benar karena sudah dipersiapkan dengan baik
- Tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian

Kekurangan:

- Pendengar merasa bosan mendengarkannya karena “terlalu formal”
 - Sebagian pendengar tidak termotivasi untuk mendengarkan karena “miskin” bahasa tubuh
 - Penyampaian informasi tidak menarik
 - Pembicara terlalu sibuk membaca naskah sehingga tidak melakukan kontak mata dengan pendengar, menimbulkan kesan tak acuh
- **Presentasi Hafalan (*Memoriter*)**
- Presentasi ini dilakukan dengan menghafal teks. Berbeda dengan presentasi naskah, presentasi hafalan tidak menggunakan naskah dalam penyampaian, pembicara hanya melakukan

persiapan dengan menghafal teks berupa informasi yang akan disampaikan. Kelebihan dan kekurangannya hampir sama dengan presentasi naskah. Jenis presentasi ini sangat buruk untuk dilakukan karena bila pembicara lupa kata-kata dari naskah, presentasi menjadi gagal.

▪ **Presentasi Ekstempore**

Presentasi ekstempore merupakan jenis presentasi yang paling baik. Pembicara mempersiapkan materi secara garis besar, baru saat presentasi menjabarkannya secara mendetail.

Kelebihan:

- Pembicara dapat menyampaikan informasi secara jelas karena ada persiapan sebelumnya
- Informasi bisa disampaikan secara sistematis/berurutan
- Kemungkinan besar penyampaian informasi menarik perhatian pendengar karena pembicara tidak berpedoman pada naskah atau hafalan, tapi tidak melenceng dari garis besar materi
- Lebih leluasa dalam penyampaian karena tidak terpacu pada naskah yang ada
- Pembicara dapat melakukan kontak mata dengan pendengar sehingga bisa melihat pesan yang disampaikan menarik atau tidak.

Kekurangan:

- Pembicara perlu memiliki wawasan yang cukup mengenai tema yang disampaikan
- Persiapan presentasi membutuhkan waktu lama karena presentasi ini harus kaya contoh kasus
- Pemula akan mengalami kesulitan karena presentasi ini membutuhkan keahlian dan pengalaman yang cukup.

KOMPONEN PUBLIC SPEAKING

Seperti dijelaskan sebelumnya, *public speaking* berkaitan erat dengan retorika dan retorika adalah bagian dari ilmu komunikasi. Sebenarnya komponen *public speaking* hampir sama dengan komponen komunikasi efektif yang meliputi:

- **Penyampai pesan/informasi/Komunikator.** Dalam hal ini, pembicara harus memperhatikan teknik-teknik dasar *public speaking* yang meliputi teknik vokal dan verbal sehingga dapat menampilkan *showmanship*.
- **Pesan/informasi yang disampaikan.** Pesan yang disampaikan harus singkat, padat, dan mudah dicerna. Teknik menyusun dan meramu materi presentasi mutlak diperlukan
- **Komunikasi/penerima informasi/audiens.** Pembicara harus cerdas dalam melakukan analisis audiens, minimal analisis psikologi dan demografi.
- **Media penyampaian pesan/Informasi.** Mudah tidaknya suatu informasi diterima dan dicerna oleh audiens juga dipengaruhi oleh media yang digunakan. Dalam hal ini media berperan sebagai sarana pembantu penyampaian informasi. Saat ini cukup banyak media yang bisa digunakan dalam presentasi, seperti media grafis, fotografi, *audio*, video, dan lingkungan.
- **Feedback/umpan balik.** Salah satu indikator suksesnya penyampaian informasi adalah adanya respons/*feedback* dari penerima informasi. Dapatkan *feedback* dari audiens dengan mengamati bahasa tubuh mereka, apakah mereka mengantuk, bosan, cemas, atau antusias dengan ciri-ciri mata berbinar, bertepuk tangan, berpartisipasi menjawab pertanyaan, atau aktif memberikan respons.

KUADRAN TANTANGAN PUBLIC SPEAKER

Di awal karier saya sebagai pembicara profesional, saya mengira modal utama pembicara adalah keberanian tampil di depan orang banyak. Hal itu tidak sepenuhnya keliru, tapi jauh dari separuh benar. Keberanian tanpa ditunjang oleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengirimkan pesan ke audiens akan menjadikan diri Anda layaknya “orang mabuk” yang mengoceh tidak karuan di depan orang lain.

Pembicara dihadapkan pada empat tantangan utama:



1. Mengatasi rasa takut

Keberanian berbicara adalah modal awal menjadi pembicara. Dengan berani tampil di depan umum, mudah bagi Anda untuk berbicara dan mengeluarkan ide serta pendapat.

2. Membuat audiens antusias dan tertarik dengan topik yang Anda bahas

Beberapa pembicara hanya membuat audiens mereka tahan mendengarkan mereka bicara selama 15 menit. Setelah itu, satu per satu tumbang dan berkelana di alam mimpi. Jika audiens tertidur saat Anda menyampaikan pidato, presentasi, atau *public speaking*, berarti ada yang salah dalam cara Anda melakukannya. Entah nada suara yang monoton, mimik wajah yang datar, atau gestur yang pasif.

3. Membuat audiens mengingat apa yang Anda sampaikan

Tantangan berikutnya adalah Anda harus bisa membuat audiens mengingat poin-poin yang Anda sampaikan. Ini bisa Anda lakukan kalau mereka secara aktif mendengarkan dan struktur presentasi yang Anda susun mudah diingat serta dimengerti. Di bab berikut saya membahas *sequencing* (cara menyusun presentasi) agar mudah diingat dan dipahami.

4. Membuat audiens melakukan apa yang Anda sampaikan

Ini level tertinggi dari keempat level tantangan *public speaker*. Audiens tidak hanya mengerti dan memahami pesan yang Anda kirimkan, tapi juga secara sadar memutuskan melakukan apa yang Anda sampaikan.

16

**RAHASIA
MENJADI PEMBICARA
PERCAYA DIRI**

RAHASIA 1: SUBJECT MASTERY



Sukses = 1% BAKAT dan 99% KERJA KERAS

CARA MEMILIKI WORLD CLASS SKILL

Pak Ongky, apakah saya berbakat menjadi pembicara?" Itu pertanyaan yang begitu sering diajukan kepada saya. Pertanyaan sederhana, tapi tidak demikian jawabannya.

Di buku *Outliers* karya Malcom Gladwell dituturkan sebuah survei pada awal tahun 1990-an yang dilakukan oleh psikolog K. Anders Ericsson dan dua rekannya di academy of music yang elite di Jerman untuk menjawab pertanyaan itu. Dibantu beberapa profesor di akademi itu, mereka membagi para pemain biola di sekolah itu menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama berisi pemain bintang, siswa yang berpotensi menjadi pemain biola solo kelas dunia. Kelompok kedua berisi pemain yang dinilai bagus. Kelompok ketiga adalah pemain yang kemungkinan besar tidak akan pernah bermain secara profesional dan berkeinginan menjadi guru musik di sekolah negeri.

Semua pemain biola diberi pertanyaan yang sama: sepanjang karier sebagai pemain biola, berapa lama latihan yang sudah dilakukan? Semua pemain biola itu umumnya mulai bermain biola pada

saat yang sama, sekitar usia lima tahun. Pada tahun-tahun pertama semua berlatih sama banyak, sekitar dua sampai tiga jam per minggu. Perbedaan mulai tampak saat siswa berusia delapan tahun. Siswa terbaik mulai berlatih lebih sering dibandingkan teman-temannya.

Siswa terbaik akan berlatih selama ini pada setiap umur:

9 tahun	6 jam/minggu
12 tahun	8 jam/minggu
14 tahun	16 jam/minggu
20-an tahun	30 jam/minggu

Para peneliti menyimpulkan para pemain elite biola menghabiskan waktu latihan 10.000 jam saat berusia dua puluh tahun, siswa biasa berlatih 8.000 jam, dan siswa yang akhirnya menjadi guru musik hanya berlatih selama 4.000 jam. Kesimpulan yang lain dibuat oleh ahli saraf Daniel Levitin: "Gambaran yang muncul dalam penelitian ini adalah perlunya latihan selama 10.000 jam untuk memperoleh keahlian yang dibutuhkan demi menjadi ahli kelas dunia dalam bidang apa pun (komponis, pemain basket, penulis fiksi, pemain ski es, pianis konser, pemain catur, pembicara kelas dunia, dan lain-lain)."

Practice makes perfect adalah semboyan yang sering kita dengar sebagai ajakan untuk *take action*. Prof. Rhenald Kasali, Ph.D., dalam bukunya *Myelin*, menjelaskan konsep itu. Menurutnya, "Banyak orang tidak menyadari bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan dari *brain memory*. Temuan-temuan terbaru dalam ilmu biologi menunjukkan ada memori lain yang tak kalah penting, yaitu *muscle memory* yang terletak di seluruh jaringan otot kita. *Brain memory* terbentuk dari pengetahuan, sementara *muscle memory* terbentuk

karena latihan. Manusia yang hanya membangun pengetahuan melalui otak akan menjadi manusia formula yang hanya melihat dari kacamata *brain memory*, sedangkan manusia yang hanya melakukan latihan akan bergerak reflektif secara otomatis. Gabungan keduanya akan menghasilkan gagasan-gagasan dan tindakan-tindakan kreatif yang tiada akhir, yang kita sebut keunggulan daya saing. Yang perlu diingat, gagasan saja tidak cukup, diperlukan tindakan untuk merealisasikan gagasan."



Muscle memory atau *myelin* adalah sumber semua talenta yang dibentuk dengan latihan mendalam. *Myelin* tersebar merata dalam bentuk sistem saraf di otot-otot kita yang memberi perintah dan menyimpan informasi. *Myelin* ada di balik kesuksesan artis besar, pelukis terkemuka, pembicara terkenal, *entrepreneur* sukses, dan pemimpin besar.

Bisa dilihat di gambar dua rantai sel yang dibungkus lapisan seperti karet gelang. Lapisan itu bisa terdiri dari 5 atau 50 helai, atau lebih banyak lagi. Menurut para ahli, semakin seseorang terlibat dalam latihan yang mendalam, semakin tebal lapisan itu. Lapisan-lapisan itulah yang disebut *myelin*, yang ditemukan oleh Rudolf Virchow pada tahun 1854.

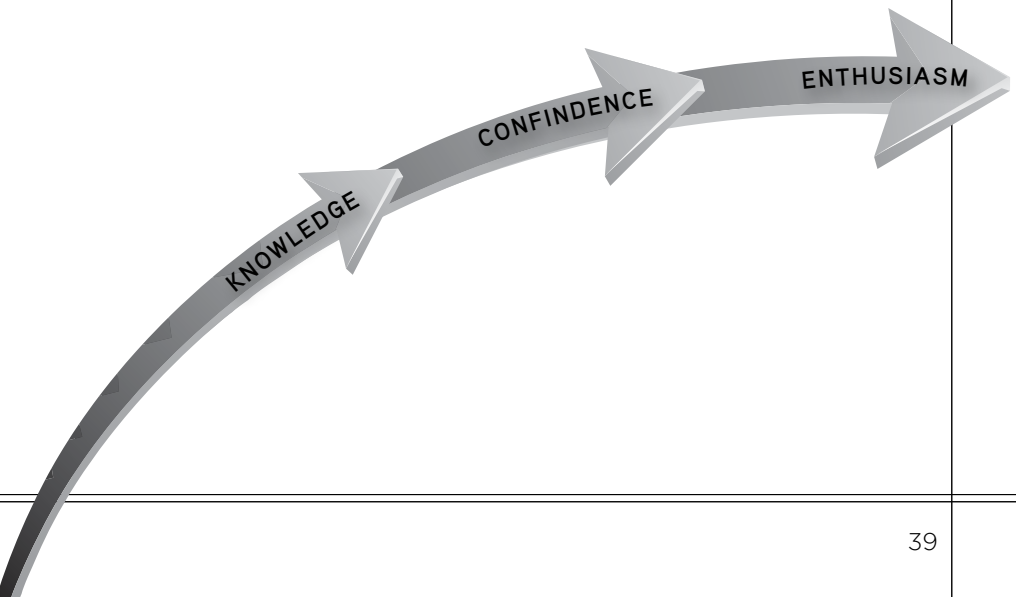
Selanjutnya Daniel Coyle memberikan penjelasan tentang fungsi *myelin*. Setiap gerakan, pikiran, dan perasaan manusia digerakkan oleh *electric signal* yang bergerak melalui mata rantai jaringan saraf. *Myelin* adalah insulasi yang membungkus mata rantai jaringan saraf dan berperan meningkatkan daya pancar,

kecepatan, serta akurasi sinyal yang dikirimkan. Semakin sering manusia “membakar” (memberikan perintah, menggerakkan, atau melatih) sirkuit tertentu, semakin optimal jaringan itu bekerja dan semakin kuat daya, kecepatan, serta kemahiran gerakan dan pikiran orang itu.

Jadi, semakin sering manusia melakukan latihan, semakin besar lapisan *myelin* yang membungkus saraf-saraf pembawa keahlian, dan semakin tebal lapisan *myelin*, semakin mahir manusia karena sinyal keahlian yang dibawa dibungkus rapi serta bergerak lebih kuat. Daniel Coyle menyimpulkan:

Deep practice X 10.000 hours = World Class Skill

Rahasia pertama menjadi pembicara yang menyenangkan adalah menguasai apa yang akan Anda sampaikan. Untuk bisa menguasai apa yang akan Anda sampaikan, satu-satunya cara adalah dengan LATIHAN. Selain itu, ingatlah bahwa antusiasme lahir dari kepercayaan diri dan kepercayaan diri hanya akan tercipta jika Anda memiliki pengetahuan.



TUJUH CARA MENJADI MASTER

” KESUKSESAN MUNCUL DARI
PERTEMUAN ANTARA PELUANG
YANG TERCIPTA ATAU DICIPTAKAN
DAN KESIAPAN UNTUK
MEMANFAATKANNYA. —ONGKY HOJANTO

Ada tujuh cara untuk mempersiapkan diri Anda menjadi pembicara yang menyenangkan bagi audiens, yakni:

Pertama, belajar dari pengalaman diri sendiri

Menceritakan pengalaman pribadi merupakan salah satu magnet yang menarik audiens untuk mendengarkan. Manusia pada hakikatnya suka mendengar cerita, tapi cerita yang orisinal dan tidak garing merupakan bahan pembelajaran yang baik. Tak peduli cerita atau pengalaman Anda baik atau buruk, asal ada makna positif yang bisa dijadikan pelajaran, ceritakanlah.

Anda akan sangat menguasai apa yang Anda sampaikan karena berasal dari pengalaman pribadi Anda. Bisa jadi pengalaman Anda akan menjadi inspirasi dan motivasi bagi orang lain untuk bertindak.

Saat menghadiri seminar Andrie Wongso, saya terinspirasi ketika mengetahui dia tidak tamat sekolah dasar, bekerja sebagai buruh, sampai akhirnya sukses di dunia perfilman dan menjadi motivator nomor 1 di Indonesia. Lain lagi ceritanya saat saya mengikuti seminar Tung Desem Waringin. Beliau menceritakan kisah keberhasilan dan kegagalan dalam bisnis serta mimpi dan hal-hal yang paling beliau inginkan. Hal itu menjadi sumber acuan dan inspirasi bagi saya untuk turut merasakan hal yang sama.

Kedua, belajar dari pengalaman orang lain

Dosen yang mengajar Marketing atau Sales mungkin tidak pernah terlibat langsung dalam dunia penjualan, tapi tetap bisa memberikan manfaat kepada mahasiswa dengan menceritakan pengalaman orang lain yang dibacanya di buku. Anda juga bisa menceritakan pengalaman orang lain yang Anda dapatkan lewat buku atau sumber-sumber lain yang kompeten.

Kumpulkan dan susun kisah-kisah orang lain yang berhubungan dengan topik yang sedang dibahas agar bisa dipelajari orang lain dan memberikan dampak positif dalam kehidupan mereka. Tema kisahnya seperti mengubah kegagalan dalam karier atau bisnis menjadi kesuksesan, dari miskin menjadi kaya, kekuatan suatu ketekunan, dan biografi orang-orang sukses.

Ketiga, bicara di depan cermin

Teknik ini sangat saya sukai karena memiliki manfaat lain, yaitu Anda bisa melihat ekspresi wajah, posisi tubuh, dan gerakan tangan Anda. Sering sekali peserta seminar *public speaking* saya tercengang melihat wajahnya sendiri saat berbicara di depan cermin.

Bisa mengekspresikan mimik sesuai pesan yang disampaikan membantu mempertegas dan memperjelas makna pesan tersebut. Audiens Anda akan tahu yakin tidaknya Anda, sedih gembiranya Anda, atau serius tidaknya Anda dari ekspresi Anda, bukan dari kata-kata yang Anda ucapkan.

Keempat, bicara kepada siapa pun yang mau mendengar

“Pengulangan adalah ibu dari semua keterampilan.” Semakin sering kita mengulangi sesuatu, semakin paham dan mahir kita akan hal itu. Begitu juga dengan materi yang akan Anda bawaikan. Saat Anda menyampaikannya kepada orang, otomatis Anda ikut mendengarnya. Alangkah baiknya sebelum memulai “pertandingan besar”

presentasi, *training*, atau seminar, materinya sudah Anda ceritakan kepada orang-orang terdekat, seperti istri, suami, anak, staf, rekan kerja, atau teman. Hal itu layaknya seorang atlet yang berlatih setiap hari selama berbulan-bulan dan bahkan bertahun-tahun untuk pertandingan yang mungkin hanya berlangsung kurang dari 60 menit. Ingat, latihan diperlukan untuk melatih *brain memory*, juga *muscle memory*.

Kelima, bicara selagi berkendara

Ini salah satu teknik yang efektif, selain untuk melatih dan mempersiapkan diri menjelang presentasi, seminar, atau *training*, juga untuk mengatasi kebosanan saat macet. Saya biasanya menaikkan kaca mobil, memasang AC, dan memutar lagu dengan volume kecil, lalu mulai berbicara sendiri.

Keenam, bicara saat mandi

Banyak orang memiliki kebiasaan bernyanyi saat mandi. Namun, saya justru berlatih menyampaikan materi saat mandi. Karena setiap hari mandi minimal dua kali, bila digunakan untuk berlatih menyampaikan materi dalam seminggu berarti Anda telah berlatih sebanyak empat belas kali.

Ketujuh, berbicara setiap kali ada kesempatan

Ada begitu banyak orang yang merasa dunia akan kiamat saat diminta bicara di depan umum, walaupun hanya untuk beberapa menit. Ini terjadi karena mereka belum memiliki ilmu dan keterampilan untuk melakukannya. Jarang ada orang yang berani dan mau mengambil kesempatan bicara di hadapan umum sehingga tersedia begitu banyak kesempatan bila Anda mau mengambilnya, sekaligus menjadikannya sarana latihan. Kesempatan yang sering kita temui misalnya:

- Memberikan sambutan mewakili orangtua murid pada acara wisuda anak.
- Memberikan ucapan selamat datang pada acara pernikahan atau ulang tahun teman dan saudara.
- Menjadi pemandu acara di kantor.
- Menjadi pemandu acara di kegiatan sosial atau kerohanian.
- Memberikan pengumuman saat arisan.

RAHASIA 2: MENGATASI RASA TAKUT

Perbedaan antara orang sukses dan orang gagal terletak pada cara mereka mengelola rasa takut. Orang GAGAL membiarkan ketakutan menghentikan mereka, sementara orang SUKSES bisa mengatasi rasa TAKUT yang mereka alami.

5P: CARA TERAMPUH UNTUK MENGATASI RASA TAKUT

Eko adalah peserta *workshop* NLP Practitioner saya yang memiliki kemampuan di bidang internet *marketing* serta hasrat menjadi seorang *trainer*. Setelah beberapa kali bertemu, saya lihat dia belum juga ACTION melakukan rencana seminar internet *marketing*. Dalam kesempatan berdiskusi yang lebih cocok dikatakan terapi, saya menggali alasan keenggananannya mengadakan seminar internet *marketing*.

Ongky : Pak Eko, kenapa tidak membuat seminar internet *marketing*?

Eko : Saya ingin, Pak, tapi ragu apakah saya pantas mengajarkan internet *marketing*.

Ongky : Saya lihat Bapak sudah lebih dari bisa dalam bidang internet *marketing*.

Eko : Tapi masih ada yang lebih hebat dari saya, Pak. Jadi, saya takut membuat seminar tersebut.

Merasa tidak pantas, tidak layak, dan tidak berhak adalah tantangan yang sering kali membelenggu para pembicara baru. Jika Anda merasakan apa yang dirasakan oleh Bapak Eko, tentu ini bukan hal asing bagi Anda. Setelah mengetahui *limiting belief* yang membelenggu pikiran Pak Eko, saya memberikan metafora mengenai guru.

Ongky : Pak Eko, menurut Bapak, guru mana yang paling berperan dalam perkembangan seorang anak? Apakah guru *playgroup*, guru TK, guru SD, guru SMA, atau dosen S-3?

Eko : Semua punya peran masing-masing dan sama penting.

Ongky : Mengapa sama penting?

Eko : Kalau tidak ada guru *playgroup* dan guru TK, dosen S-3 pun akan kesulitan mengajar.

Ongky : Nah, kalau begitu, dalam dunia internet *marketing* tentunya ada jenjang guru juga. Ada guru *playgroup* dan ada dosen S-3. Kalau sebagai guru internet *marketing*, kira-kira Anda ada di level mana?

Eko : Saya pikir, guru SMA, Pak.

Ongky : Bagus. Kalau begitu, siapa saja calon murid Bapak?

Eko : Orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang internet *marketing* di level SMA.

Ongky : Misalkan setelah ikut kelas Bapak mereka ingin melanjutkan ke level yang lebih tinggi, apa yang akan Bapak lakukan dengan mereka?

Eko : Menyarankan mereka belajar dari guru-guru lain di level lebih tinggi.

Amazing, sebulan setelah sesi konsultasi itu saya diberi brosur seminar oleh Pak Eko. Dia sudah berani menyelenggarakan seminar tentang internet *marketing*. Sampai saat ini sudah puluhan kelas yang dia selenggarakan setelah mendapat “pencerahan” dalam diskusi kami.

Tak penting sedikit atau banyaknya ilmu yang Anda miliki, karena yang terpenting adalah seberapa sering Anda membagikannya. Eko tidak sendirian merasakan ketakutan saat pertama kali akan bicara di hadapan orang banyak. William Jennings Bryan yang dianggap sebagai ahli pidato terhebat pada zamannya mengaku lututnya gemetar saat pertama kali berpidato. Jenderal Ulysses S. Grant, panglima di medan perang yang berhasil mengantarkan pasukannya mengalahkan tentara lawan, saat diminta bicara di depan umum mengaku gemetar ketakutan. Entah apa yang membuatnya takut. Namun, perasaan itu muncul saat dia berdiri di depan umum. Bahkan Charles Stewart Parnell, pemimpin hebat Irlandia, merasa gugup saat akan bicara di depan umum. Dia mengepalkan tangan sampai-sampai kukunya menancap di telapak tangan dan membuatnya berdarah. Begitu pula Benjamin Disraeli, Perdana Menteri Inggris, mengaku lebih memilih memimpin kavaleri daripada berpidato di depan Dewan Perwakilan Rakyat. Abraham Lincoln, Presiden Amerika Serikat, juga merasakan malu yang teramat sangat saat pertama kali bicara di depan umum. Suaranya serak, melengking, dan tidak enak didengar.

Hasil survei yang dilakukan oleh The People's Almanac Book terhadap 3.000 warga Amerika mengenai hal apa yang paling ditakuti adalah sebagai berikut:

No	Hal yang ditakuti	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Berbicara di depan kelompok	630	21
2	Ketinggian	510	17
3	Serangga dan hama	360	12
4	Masalah keuangan	360	12
5	Air yang dalam	360	12
6	Penyakit	270	9
7	Kematian	270	9
8	Terbang	240	8
Total		3.000	100

Ketakutan sebetulnya hal yang wajar dan alami karena merupakan bagian dari emosi. Menurut saya emosi itu positif. Emosi baru menjadi negatif kalau tidak pada tempatnya dan tidak menyelesaikan masalah, tapi justru membuat masalah baru.

Sebagai contoh: emosi marah itu positif asalkan kemarahan Anda bisa menyelesaikan masalah dan bukan membuat masalah baru. Akan tetapi, emosi marah bisa menjadi negatif kalau kemarahan Anda tidak menyelesaikan masalah dan menambah masalah baru karena saat marah Anda tidak memberikan solusi tapi menyinggung pribadi, agama, suku, dan latar belakang orang yang Anda jadikan sasaran kemarahan.

Hingga kini, walaupun sudah berbicara kepada lebih dari 80.000 orang, dari skala 30 hingga 10.000 orang sekali berbicara, saya tetap mengalami sedikit ketakutan saat akan tampil. Akan tetapi, karena saya tahu cara mengatasinya, ketakutan ini tidak menghentikan saya untuk terus maju dan bertindak.

Menurut saya, saat-saat yang paling menentukan lancar tidaknya atau bisa tidaknya Anda berbicara dengan baik di depan umum adalah lima menit pertama Anda tampil. Kalau dalam lima menit

pertama Anda bisa berbicara dengan lancar, selanjutnya akan lebih mudah. Sebaliknya, kalau dalam lima menit pertama Anda sulit mengeluarkan kata-kata, waktu-waktu selanjutnya akan terasa begitu menyiksa bagi Anda. Di bab selanjutnya saya ungkapkan rahasia agar kata-kata mudah meluncur keluar dari mulut Anda sehingga Anda bisa membuka presentasi, seminar, atau *training* dengan berkesan, sekaligus menarik perhatian audiens.

Sebelum membahas lebih dalam, saya ingin menanyakan, “Hal-hal apa yang Anda rasakan saat akan tampil untuk berbicara di depan umum?” Pertanyaan ini sering saya ajukan ke peserta seminar saya dan rata-rata mereka memberikan jawaban yang sama, yakni:

- Keringat dingin
- Pucat
- Gemetar
- Bingung
- Kebelet kencing
- Takut
- Gugup
- Sesak napas

Nah, saya akan berikan lima “P” (Rumus 5 P) yang ampuh untuk mengatasi dan menguasai rasa takut bicara di depan umum sehingga Anda terhindar dari serangan jantung, hehehe.

Pertama, Penyesuaian Diri

Ketakutan umumnya adalah tanda dari ketidakbiasaan melakukan sesuatu. Saat Anda mulai terbiasa, ketakutan itu umumnya akan berangsur-angsur berkurang. Beberapa tahun lalu saya masih sangat jarang naik pesawat terbang karena pekerjaan tidak menuntut

saya untuk melakukannya. Dua tahun terakhir saya terbang minimal 4 kali sebulan karena berbagai kegiatan seminar di dalam dan luar negeri.

Saat belum rutin terbang, saya mengalami ketakutan atau kegugupan saat pesawat akan tinggal landas. Kini, saya hampir tidak memusingkan hal itu. Saya bahkan bisa membaca buku dengan santai sementara penumpang di kanan dan kiri saya berkeringat dingin saat pesawat mengalami guncangan. Itu terjadi karena saya sudah terbiasa dengannya. Sama halnya dengan berbicara di depan umum, hingga saat ini saya masih menghadapi sedikit rasa gugup, tapi tidak sebesar saat pertama kali tampil. Jika tubuh dan pikiran Anda telah terbiasa akan sesuatu, otomatis ketakutan Anda akan berkurang.

Penyesuaian diri bisa dilakukan dengan dua cara:

1. Secara Fisik

Datanglah lebih awal untuk mengecek segala sesuatu. Kalau memungkinkan, cobalah panggung dan mikrofon, lalu berjalan-jalanlah di panggung untuk merasakan suasana panggung.

2. Secara Mental dan Pikiran

Tubuh dan pikiran adalah satu paket. Ketidaknyamanan pada salah satunya akan menyebabkan ketidaknyamanan pada keduanya dan mengubah salah satu berarti mengubah keduanya.

Kalau tidak bisa datang lebih awal guna merasakan secara fisik situasi panggung, Anda bisa bersikap seolah-olah sudah merasakannya di pikiran Anda. Caranya dengan membayangkan diri Anda berbicara di depan peserta, melihat ke sekeliling, dan menatap mata mereka satu per satu.

Lakukan secara berulang-ulang beberapa hari sebelum acara berlangsung karena pikiran bawah sadar Anda tidak pernah me-

ngetahui mana yang imajinasi dan mana yang realitas. Saat membayangkan sudah menjalaninya, tubuh Anda akan menganggap Anda memang sudah melakukannya sehingga rasa takut atau gugup pun berkurang.

Kedua, Pernapasan

Kedelapan ciri (keringat dingin, pucat, gemetar, bingung, kebelet kencing, takut, gugup, dan sesak napas) yang menjadi tanda-tanda ketakutan seseorang saat akan tampil awalnya disebabkan oleh kurangnya oksigen. Secara logika, saat seseorang merasa takut, napas yang ditarik menjadi pendek. Apalagi kebanyakan orang melakukan pernapasan dada sehingga napas yang pendek-pendek ini jadi semakin tidak maksimal.



Pernapasan dada adalah pernapasan yang tidak dapat menarik banyak oksigen karena saat Anda menarik napas dengan dada, organ-organ tubuh bagian dalam seperti usus dan lambung ikut naik serta menutup sebagian paru-paru sehingga kerjanya tidak maksimal.

Karena kekurangan oksigen, tubuh Anda menjadi dingin, pucat, dan gemetar. Yang paling parah, oksigen tidak secara maksimal masuk ke otak sehingga terciptalah kebingungan atau kondisi "*blank*". Oleh karena itu, cara pertama untuk mengatasi rasa takut saat akan berbicara adalah mengendalikan pernapasan. Tarik napas dalam-dalam dengan hidung dan gunakan pernapasan perut.



Cara melatih penapasan perut:

1. Taruh tangan kanan di atas perut
2. Tarik napas dengan hidung
3. Rasakan perut Anda mengembung saat Anda menarik napas
4. Embuskan napas perlahan-lahan dengan mulut
5. Rasakan perut Anda mengempis saat napas diembuskan atau dikeluarkan

Bagi sebagian orang, melakukan ini tidak mudah dan butuh latihan. Jadi, sebelum tampil, saran saya tarik napas dalam-dalam (gunakan pernapasan perut) sepuluh hingga lima belas kali.

Ketiga, Perubahan Bahasa Tubuh

Perbedaan lain antara orang yang takut dan orang yang berani terlihat jelas dari bahasa tubuhnya. Dengan mengubah bahasa tubuh kita bisa mengubah emosi dan kondisi pikiran. Ingat, tubuh dan pikiran itu satu paket.

Cara mengubah bahasa tubuh:

1. Ubah napas (tarik napas panjang dan gunakan pernapasan perut)
2. Ubah arah pandangan mata (lihat ke atas)

3. Tersenyum walaupun dipaksakan
4. Gunakan bahasa tubuh terbuka
5. Busungkan dada
6. Berdiri tegak
7. Lompat-lompat

Saya menggunakan cara-cara itu sebelum naik ke panggung. Biasanya saya mencari tempat sepi atau kamar mandi, lalu melompat-lompat sebanyak 20–30 kali. Setelah itu saya menyugesti diri dengan kata-kata, “Yes, saya bisa. Saya pasti bisa!” secara berulang-ulang.

Keempat, Pemanasan

Seperti para atlet sebelum bertanding melakukan pemanasan untuk membuat otot-otot di dalam dirinya siap, Anda juga perlu melakukan hal sama sebelum berbicara di depan umum. Pemanasan yang Anda lakukan sedikit berbeda dengan pemanasan para atlet. Pemanasan yang Anda lakukan adalah membicarakan topik yang akan Anda bicarakan dengan orang yang Anda kenal, misalnya istri, staf, teman, atau sopir Anda.

Tidak perlu membuat mereka mengerti karena yang Anda perlukan hanyalah pengulangan untuk membuat Anda semakin memahami apa yang akan Anda sampaikan.

Kelima, Penjangkaran atau *Anchor*

Pernahkah Anda mengalami hal-hal seperti ini:

- Saat mendengar sebuah lagu, Anda terkenang saat lagu itu sering Anda dengar, mungkin saat SMA, kuliah, atau pacaran.
- Saat mencium bau parfum tertentu, Anda teringat akan istri,

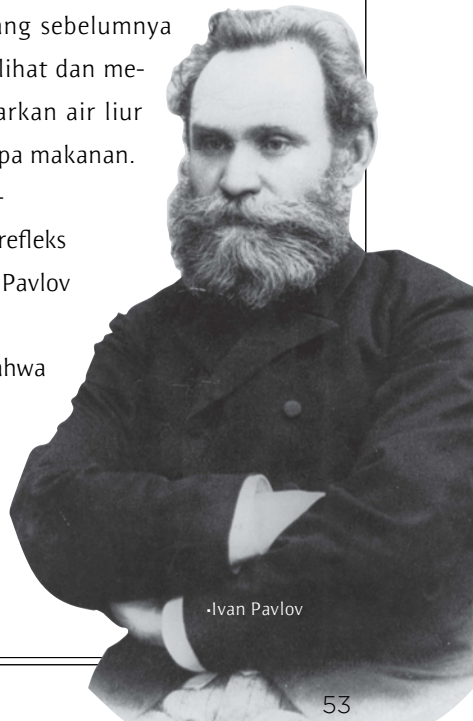
suami, orangtua, atau teman yang selalu menggunakan parfum itu.

- Saat melihat sebuah foto, mendadak Anda tersenyum mengingat kenangan saat foto itu diambil.

Lagu, aroma parfum, dan foto adalah jangkar yang menghubungkan Anda dengan emosi serta memori masa lalu. Jika jangkar itu dipicu, otomatis memori itu muncul lagi. Teknik itu pertama kali dicetuskan oleh Ivan Pavlov. Dia sedang menyelidiki proses pencernaan pada anjing, khususnya hubungan timbal balik antara air liur dan kerja perut. Dia tahu kedua hal itu berkaitan erat dengan refleksi di sistem saraf otonom. Tanpa air liur, perut tidak membawa pesan untuk memulai pencernaan. Pavlov ingin melihat apakah rangsangan luar bisa memengaruhi proses itu, jadi dia membunyikan metronom, alat untuk mengatur tempo dalam musik, sambil secara bersamaan menyodorkan makanan anjing.

Setelah beberapa saat, anjing yang sebelumnya hanya mengeluarkan air liur saat melihat dan memakan makanannya mulai mengeluarkan air liur saat metronom berbunyi, bahkan tanpa makanan.

Pada 1903 Pavlov menerbitkan hasil eksperimennya dan menyebutnya “refleks terkondisi”. Berbeda dari refleks halus, Pavlov menyebut proses pembelajaran ini “pengondisian”. Dia juga mendapati bahwa refleks terkondisi akan tertekan bila rangsangan terlalu sering salah. Jika metronom bersuara berulang-ulang dan tidak ada makanan, anjing akan berhenti mengeluarkan air liur.



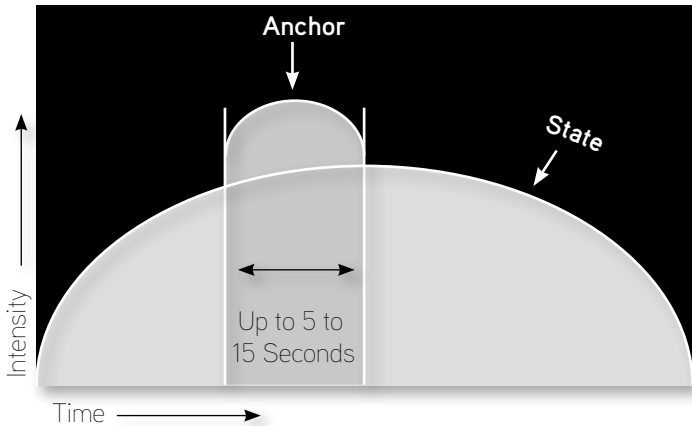
•Ivan Pavlov

Pavlov lebih tertarik pada fisiologi ketimbang psikologi. Dia merasa agak ragu dengan ilmu psikiatri yang saat itu masih baru. Namun, dia sungguh-sungguh berpikir bahwa refleks terkondisi dapat menjelaskan perilaku orang gila. Sebagai contoh, menurutnya orang yang menarik diri dari dunia bisa menghubungkan semua rangsangan dengan luka atau ancaman yang mungkin terjadi. Gagasannya memainkan peran besar dalam teori psikologi perilaku yang diperkenalkan oleh John Watson pada sekitar tahun 1913.

Selama ini Anda memiliki jangkar yang mungkin terbentuk secara tidak sengaja. Namun, dengan metode yang sama kita bisa membuat jangkar secara sengaja, yang dimaksudkan untuk memunculkan memori dengan muatan emosi tertentu, yang akan mengubah emosi saat ini. Sebagai contoh, coba ingat-ingat saat Anda merasa senang, mungkin ketika naik kelas, menemukan pasangan hidup, kelahiran anak pertama, atau dipromosikan di pekerjaan. Bagaimana perasaan Anda sekarang? Tak peduli seperti apa kondisi Anda sebelum saya meminta Anda mengingat kenangan menyenangkan itu, saat ini Anda pasti merasa senang, kan?

Begitu pula kerja jangkar. Tak peduli kondisi Anda saat ini, saat jangkar itu dipicu, memori tertentu akan muncul di pikiran Anda sehingga tubuh Anda akan bereaksi persis sama dengan keadaan emosi dalam memori itu. Ingat, tubuh dan pikiran adalah satu paket.

Teknik ini saya namakan teknik Matic, yaitu Anda bisa dengan seketika memunculkan emosi yang Anda butuhkan untuk membantu Anda menyiapkan kondisi diri Anda pada situasi tertentu. Misalkan Anda membuat jangkar berani. Saat jangkar itu dipicu, memori berani muncul di pikiran Anda, dan karena tubuh dan pikiran adalah satu, pada saat hampir bersamaan tubuh Anda akan mengubah diri seperti saat-saat memori itu dibuat.



Syarat membuat jangkar yang kuat dengan konsep ITU:

1. Intensitas—semakin sering jangkar diulang, semakin kuat jangkar itu “menancap”
2. *Timing*—jangkar harus dibuat pada puncak emosi
3. Unik—pemicu jangkar haruslah unik. Semakin unik jangkar yang dibuat, semakin membekas jangkar itu dalam diri Anda. Keunikan melibatkan *gerakan* dan *suara*.

Praktik:

1. Pilih kondisi emosi yang Anda inginkan, misalnya percaya diri.
2. Tentukan jangkar yang unik sebagai pemicu, misalnya gerakan (menyatukan ujung jari tengah dan ujung ibu jari tangan kanan) dan suara (katakan “*power*”).
3. Ingat kembali situasi dalam hidup ketika Anda merasa sangat percaya diri. Lihat apa yang Anda lihat, dengarkan apa yang Anda dengarkan, dan rasakan apa yang Anda rasakan.
4. Saat Anda merasa sangat percaya diri (puncak emosi), segera pegang jangkar (pertemukan ujung jari tengah dan ujung ibu jari tangan kanan selama 15 detik) Anda dan ucapkan “*power*”.

5. Ulangi proses itu sebanyak 15 kali.
6. Uji hasilnya: saat memegang atau memicu jangkar Anda, apa yang Anda rasakan? Kalau Anda merasa percaya diri, berarti jangkar itu sudah tertanam.

Kapan jangkar digunakan?

Saat Anda membutuhkan emosi percaya diri, picu jangkar Anda dengan mempertemukan jari tengah dan ibu jari tangan kanan Anda. Sebagai contoh, 5 menit sebelum melakukan *public speaking*, picu jangkar Anda sehingga memori percaya diri muncul seketika itu juga. Secara fisiologis tubuh Anda akan mengekspresikan bahasa tubuh percaya diri. Setelah melakukan sesuatu yang meningkatkan rasa percaya diri, segera pegang jangkar Anda lagi untuk memperkuatnya.

RAHASIA 3:

Cara Menyenangkan Audiens

” SAYA BEKERJA UNTUK MENGHORMATI PUBLIK SECARA TOTAL DAN MEREKA MEMBAYAR SAYA UNTUK BEKERJA. —JOSE MOURINHO

HIBURLAH AUDIENS ANDA

Menurut saya, salah satu tugas terpenting pembicara, selain menyampaikan ide-ide yang tertuang dalam materi seminar, adalah “memuaskan” audiens. Berkesan tidaknya sebuah seminar atau *training* tergantung pada berapa banyak emosi audiens yang Anda gali. Emosi-emosi seperti gembira, bahagia, dan senang penting dikeluarkan serta diekspresikan oleh Anda dan audiens dalam suatu *training*.

Ada sejumlah cara untuk membuat audiens puas dengan *training* yang Anda selenggarakan. Hal-hal berikut perlu Anda masukkan ke *training* Anda:

- **Game**

Buatlah permainan kelompok untuk menjelaskan suatu hal. Penjelasan Anda akan lebih mudah diingat oleh peserta bila

disampaikan dalam bentuk permainan daripada hanya dalam bentuk kata-kata. Setiap permainan yang Anda buat harus Anda hubungkan dengan materi pelatihan. Permainan juga bisa dalam bentuk diskusi kelompok berjumlah dua atau tiga orang.

▪ **Humor**

Selingi penjelasan dengan humor yang berkaitan dengan materi Anda. Humor bisa berasal dari pengalaman Anda atau pengalaman orang lain. Perlu diingat bahwa humor jangan menyinggung SARA (suku, agama, ras, dan antar golongan).

Beberapa tip mengenai humor berikut saya ambil dari buku *The Best Presentation Skill* karya salah satu guru *public speaking* saya, Iain Ewing:

1. Jika menggunakan humor sebagai pembuka, pastikan kisah itu jarang diceritakan, lucu, dan Anda kuasai detailnya sehingga orang yang mendengarkan pasti akan tertawa.
2. Jangan pernah mengatakan, "Saya akan menceritakan kisah lucu."
3. Pastikan humor Anda relevan dengan topik yang dibahas.
4. Ingat kata Aristoteles, "*The secret of humor is surprise.*" Jadi, jangan menceritakan humor usang atau humor yang sudah sering Anda dengar.
5. Pastikan intonasi, pilihan kata, dan bahasa tubuh Anda mendukung humor yang Anda ceritakan.

Beberapa jenis humor yang dapat Anda sampaikan kepada audiens:

1. Humor yang berhubungan dengan seks—tapi lihat dulu siapa audiensnya. Biasanya humor seks berhasil bila dilemparkan ke audiens pria.

2. Humor yang berhubungan dengan pengalaman pribadi
3. Humor yang berhubungan dengan pengalaman orang lain

Anda bisa mendapatkan humor ini dari teman, majalah, koran, buku humor, atau tayangan TV (acara komedi).

▪ **Libatkan pancaindra audiens (visual, auditory, kinestetik)**

Manusia memasukkan informasi melalui panca indra. Dari kelima indra itu ada indra "kegemaran" sebagai tempat masuk informasi terbanyak. Sekitar 55% orang lebih suka menggunakan indra visual (penglihatan) sebagai jalan masuk informasi, 37% menggunakan indra auditori (pendengaran), dan 8% menggunakan indra kinestetik (gerak).

Karena audiens Anda terdiri dari tiga tipe ini, setiap presentasi yang Anda buat haruslah melibatkan ketiga indra itu. Misalnya:

1. Untuk memuaskan audiens dengan tipe visual
 - Buat *slide* presentasi dengan tampilan menarik
 - Buat penampilan Anda menarik dilihat
 - Berbicara sambil menggerakkan tangan lebih lebar dari bahu
 - Berbicara dengan agak cepat
 - Sisipkan video dalam presentasi
2. Untuk memuaskan audiens dengan tipe auditori
 - Beri penekanan suara pada poin-poin penting
 - Pastikan ada lagu yang diputar sebelum acara, saat peserta berdiskusi, saat jeda, dan selesai acara
3. Untuk memuaskan audiens dengan tipe kinestetik
 - Siapkan cerita atau kisah yang menyentuh sebagai inspirasi

- Buat audiens banyak bergerak, misalnya dengan senam sebelum acara, melompat-lompat atau bertukar tempat duduk saat pergantian sesi.

- **Cerita**

Kumpulkan cerita-cerita motivasi, seperti kisah orang yang sukses di bidang tertentu, kisah rakyat yang inspiratif, atau metafora yang sengaja Anda ciptakan untuk menyampaikan maksud Anda secara tidak langsung. Cerita ini bisa Anda gunakan untuk menambah “bumbu” dan menciptakan gambar di benak audiens. Cerita selalu lebih menarik untuk didengar daripada serentetan kata-kata. Anda bisa mendapatkan kisah-kisah itu di buku *The Secret to Be More Success* dan *Financial Revolution in Action*.

Anda pasti pernah mendengar kata-kata berikut, bukan?

“Aku sudah kehabisan akal.”

“Tidak bisa kuterobos dindingnya.”

“Kepalaku seperti mau pecah.”

“Aku ada di persimpangan jalan.”

“Pukulanku meleset.”

“Aku melayang-layang di udara.”

“Aku mulai tenggelam.”

“Aku bahagia seperti burung berkicau.”

“Aku menemui jalan buntu.”

“Aku memikul dunia di pundakku.”

“Hidup itu ibarat semangkuk buah ceri.”

“Hidupku seperti neraka.”

Itulah metafora, yang memberikan makna dan intensitas emosional yang lebih besar. Untuk memahami metafora, terlebih dahulu kita harus memahami simbol. Yang manakah yang menciptakan dampak lebih segera: gambar swastika atau kata "Nazi"? Kalau Anda seperti kebanyakan orang, swastika cenderung menghasilkan sensasi-sensasi yang lebih kuat dengan cepat daripada kata Nazi. Sepanjang sejarah manusia, simbol digunakan untuk memicu respons emosional dan membentuk perilaku manusia. Banyak hal bisa menjadi simbol, seperti gambar, suara, benda, tindakan, dan kata-kata. Kalau kata-kata bersifat simbolis, metafora adalah simbol yang lebih tinggi.

Apakah metafora itu? Setiap kali kita menjelaskan atau mengomunikasikan suatu konsep dengan mengibaratkannya dengan hal lain, kita menggunakan metafora. Mungkin keduanya hanya memiliki sedikit kemiripan, tapi penguasaan kita akan yang satu memungkinkan kita memahami yang lain. Metafora itu simbol, dan karenanya bisa menciptakan intensitas emosional yang lebih cepat dan lengkap daripada kata-kata tradisional yang kita gunakan. Metafora bisa mentransformasikan kita *seketika*.

Salah satu cara utama kita belajar adalah melalui metafora. Belajar adalah proses membuat asosiasi dan makna baru dalam pikiran kita. Metafora cocok sekali untuk itu. Ketika kita *tidak* memahami sesuatu, metafora memberikan jalan untuk melihat hal yang tidak kita pahami itu ibarat sesuatu yang sudah kita pahami. Metafora membantu kita mengaitkan. Kalau X itu ibarat Y, dan kita memahami X, tiba-tiba saja kita memahami Y. Kalau misalnya, seseorang berusaha menjelaskan listrik kepada Anda dengan melontarkan istilah ohm, ampere, watt, dan resistor, kemungkinan besar Anda akan bingung karena tidak memahami kata-kata itu,

tidak mempunyai **acuan** tentang kata-kata itu, dan karenanya sulit sekali memahami hubungan di antaranya.

Buddha, Konfusius, Lao Tse, dan guru-guru besar lain menggunakan metafora untuk menyampaikan maksud mereka kepada orang awam.

Cara membangun metafora:

1. Identifikasi masalah secara jelas
2. Cari karakter dan struktur dari masalah itu
3. Cari situasi yang setara/seimbang
4. Cari solusi yang berbentuk pelajaran, tindakan, atau cara pandang baru

Coba perhatikan contoh berikut:

Suatu hari salah seorang teman saya bertanya kepada teman lain yang adalah internet *marketer*.

Jemmy : "Hendry, apa beda web dari blog?"

Hendry : "Blog itu ibarat kamu kos di tempat orang dan web ibarat kamu punya rumah sendiri."

Ketika menggunakan metafora dalam berkomunikasi, Anda mendapatkan beberapa manfaat:

- Menyederhanakan. Metafora menyederhanakan penjelasan panjang sehingga bisa dengan mudah dimengerti oleh pikiran Anda.
- Merangsang kreativitas. Menggunakan metafora Anda bisa menambahkan penjelasan yang lebih bervariasi dan merangsang otak.
- Menciptakan kegembiraan. Metafora selalu menciptakan

kegembiraan dengan ragam dan kejutannya. Mendengar dan menceritakan kisah bagaimana orang biasa bisa memiliki penghasilan yang luar biasa dapat membuat Anda semakin ingin menjadi seorang jutawan.

- Mengalahkan halangan. Metafora bersifat netral, tidak mengambil posisi mana pun. Pikiran Anda dan klien suka menggunakan metafora untuk mematahkan halangan apa pun yang mengadang.
- Membangkitkan emosi. Metafora bisa mengakses panca indra dan membangkitkan emosi.
- Memberi pencerahan. Pikiran tidak dapat menolak, jadi dengar dan ceritakan kisah-kisah kepada orang lain untuk memperkuat sasaran internal Anda.
- Menarik perhatian. Metafora selalu menarik.
- Menciptakan kesenangan yang hidup. Ketika Anda mendengarkan atau menceritakan kisah tentang jutawan, pikiran Anda bisa memunculkan gambar, suara, dan emosi. Itu menjadikan kisah terasa hidup.
- Menambah wawasan. Metafora menambah wawasan ke dalam bisnis Anda karena bisa melibatkan objek atau karakter.
- Menyelesaikan masalah. Jika Anda menyampaikan masalah dalam bentuk kisah, audiens akan lebih mudah menemukan solusinya.

MENGETAHUI GAYA BELAJAR AUDIENS— FOUR LEARNING STYLES

Bernice McCarthy adalah guru yang mempelajari dan mengembangkan pola-pola berbeda dalam cara belajar anak. Dia membagi empat kategori belajar yang menolong para pendidik dan pembicara

dalam menyajikan informasi secara berbeda berdasarkan gaya belajar tiap-tiap audiens. Berikut empat kategori menurut McCarthy:



- a. Why—Orang tipe ini menginginkan alasan “mengapa” mereka mempelajari apa yang mereka pelajari.
- b. What—Orang tipe ini menginginkan fakta seputar pelajaran yang mereka pelajari.
- c. How—Orang tipe ini ingin mengalami sendiri dan merasakan “bagaimana” hal itu bekerja.
- d. What if—Orang tipe ini bertanya mengenai konsekuensi dari apa yang mereka pelajari.

WHY

Alasan mengapa mereka mempelajari apa yang mereka pelajari

WHAT

Menginginkan fakta seputar pelajaran yang mereka pelajari

FOUR LEARNING STYLE BY BERNICE McCARTHY

HOW

Mengalami sendiri dan bisa merasa “bagaimana” hal itu bekerja

WHAT IF

Bertanya mengenai konsekuensi kedepan dari apa yang mereka pelajari

LEARNING STYLE/PERCENTAGE

WHY—Sekitar 35% populasi memiliki gaya belajar ini, dan cara terbaik untuk gaya belajar ini adalah diskusi. Alasan individu mengajukan pertanyaan ini adalah untuk melengkapi proses belajar mereka. Mereka biasanya bertanya mengapa pelajaran ini penting untuk mereka dan mengapa mereka harus mengetahui informasi tersebut.

WHAT—Sekitar 20% populasi memiliki cara belajar membaca informasi yang ada atau tertulis, seperti buku. Karena ingin mengetahui fakta, mereka terdorong untuk membaca.

HOW—Kurang lebih 20% populasi menganggap cara belajar terbaik adalah dengan mengalami langsung. Mereka tidak ingin membuang waktu membaca instruksi, tapi ingin belajar sambil melakukan.

WHAT IF—Kurang lebih 25% populasi sering kali keluar dari pakem yang ada hanya untuk mencaritahu apa yang terjadi jika pakemnya diubah.

Kombinasi semua kategori ini memungkinkan seorang pengajar menampilkan pola mengajar yang cocok untuk semua gaya belajar yang ada.

- Selalu mulai dengan WHY, sediakan alasan penting mempelajari apa yang akan Anda sampaikan maka orang tipe WHY akan puas.
- Informasi untuk audiens kategori WHAT dapat disampaikan kemudian, berikan dalam bentuk gambaran yang jelas.

- Ada sesi latihan agar audiens kategori HOW bisa belajar sambil melakukannya. Berlatih dalam grup atau bersama orang lain akan membuat mereka bersemangat.
- Untuk mengakhiri sesi Anda bisa mengajak audiens kategori WHAT IF berlatih dengan variasi atau bentuk latihan berbeda.

Penuntun yang baik untuk mengikuti semua kategori itu:

- Tersedia penjelasan untuk “WHAT”. Jelaskan apa tujuan atau maksud dari proses belajar ini.
- Jelaskan “WHY” informasi atau pelajaran ini mereka butuhkan dan penting, lalu perlihatkan data, latihan, serta fakta.
- Siapkan latihan untuk “HOW”.
- Setelah latihan akan muncul pertanyaan. Berikan tanggapan atau variasi latihan untuk “WHAT IF”.

RAHASIA 4:

Mengetahui Tipe-Tipe Audiens



THE
SHEEP



THE
HOTSHOT



THE
CLOWN



THE
SNIPER



THE
SNOWMAN

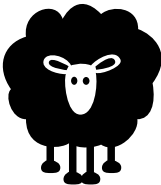


THE
BLACK
CLOUD



THE
UNWANTED
PANELIST

Mengetahui tipe audiens akan mempermudah Anda berinteraksi dengan mereka, sekaligus membantu Anda menangani mereka. Berikut beberapa tipe audiens yang akan ada di setiap presentasi Anda:



SHEEP-SI ANAK MANIS

- Sheep hanya berfokus pada apa yang Anda katakan dan menanti jawaban dari Anda.
- Mereka mendengar dan berharap bisa memahami pembahasan, dan sering kali lebih suka belajar dengan cara mendiskusikan materi yang ada. Mereka hanya berbicara jika setuju dan mengajukan pertanyaan untuk mengklarifikasi.

- Sheep tidak suka menunjukkan kemandirian dan kreativitas. Mereka lebih sulit menemukan pertanyaan dan kegiatan kreatif dibandingkan audiens lain, jadi memberikan arahan yang jelas kepada mereka adalah suatu keharusan.

Jika ruangan Anda dipenuhi Sheep:

Suasana di ruangan terasa penuh hormat. Anda akan merasa menjadi orang penting karena mereka menantikan perkataan yang akan keluar dari mulut Anda. Jangan khawatir dengan kontak mata. Jika kontak mata Anda terbatas, itu dikarenakan kebanyakan Sheep sibuk mencatat.

Cara menangani Sheep:

Sheep ingin menjadi kawan Anda. Jika Anda mengalami kesulitan dalam menangani audiens, itu dikarenakan kurangnya tipe Sheep yang hadir. Anda bisa menjadikan mereka “pembela” Anda saat Anda diberi pertanyaan negatif dan sulit.

Bawalah tipe lain agar menjadi Sheep dengan memberikan gambaran mengenai siapa Anda dan apa yang akan mereka peroleh dari Anda. Pastikan mereka tetap memercayai Anda dengan terus menunjukkan pemahaman terhadap topik yang dibahas. Sheep akan menjauhi Anda saat merasa Anda tidak kompeten dengan topik Anda.



HOTSHOT-SI PEMELAJAR

Hotshot adalah audiens yang percaya diri dan nyaman dalam mengikuti seminar

- Mereka mendengarkan dengan saksama apa yang

Anda sampaikan, juga tetap berfokus pada apa yang mereka cari dalam seminar.

- Mereka suka menghadiri seminar, merasa diskusi sangat membantu mereka dalam belajar, dan sangat mudah berpartisipasi dalam setiap diskusi.
- Mereka mudah bersahabat dengan pembicara dan bertanggung jawab dengan proses belajar mereka.
- Mereka belajar dengan cepat dan mengajukan pertanyaan yang menantang untuk menggali materi bahasan lebih dalam atau memperjelas pemahaman mereka.
- Jika Anda tidak memenuhi harapan peserta sehingga mereka memberikan masukan atau keluhan kepada Anda, Hotshot terkadang bertindak sebagai juru bicara peserta dalam mengutarakan harapan mereka.

Jika ruangan Anda dipenuhi Hotshot:

Peserta akan terlihat sangat partisipatif, positif, dan menyukai tantangan. Sesi diskusi mengalir dengan mudah dan tanggapan-tanggapan positif serta ide-ide akan keluar dengan alami. Peserta akan segera tahu bahwa Anda menguasai topik Anda dan mempersiapkan diri dengan baik atau tidak.

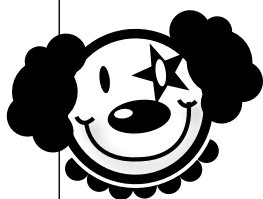
Cara menangani Hotshot:

Persiapkan topik dengan baik dan pahami kemandirian mereka dalam proses belajar. Gunakan pertanyaan untuk mengeluarkan ide dan pendapat mereka. Aktivitas seperti diskusi kelompok akan membuat proses belajar berkembang.

Jika Anda tidak mengetahui jawaban pertanyaan mereka, jangan berpura-pura tahu. Katakan saja, "Ini pertanyaan yang sangat

bagus dan sampai saat ini saya belum memiliki jawaban yang tepat untuknya, tapi saya akan mencari jawabannya.”

Anda juga bisa melemparkannya ke peserta lain dengan berkata, “Apakah ada di antara Bapak/Ibu yang bisa menjawab pertanyaan ini?” Untuk cara-cara lain menghadapi pertanyaan sulit, lihat Rahasia 10: Cara Menjawab Pertanyaan Sulit.



CLOWN-SI PENGHIBUR

- Clown suka melakukan interaksi sosial.
- Mereka cerewet dan sering kali mengajukan pertanyaan atau memberikan komentar hanya untuk menghibur dan bukan mendukung pembicara.
- Mereka menyukai diskusi dan tugas-tugas yang membutuhkan interaksi, serta sering menjadi pemimpin kelompok.
- Jika ditangani dengan baik, Clown akan berfokus, apalagi jika mereka melihat peserta lain bersikap serius.
- Clown mudah dimotivasi hanya dengan memberikan sedikit perhatian.

Jika ruangan Anda dipenuhi Clown:

Rungan Anda akan “hidup”, tapi berbeda dengan bila dipenuhi Hotshot, Anda akan menemui banyak humor dan bahasan yang keluar dari topik. Ini bisa membuat peserta senang atau malah frustrasi, tergantung cara Anda menangani Clown.

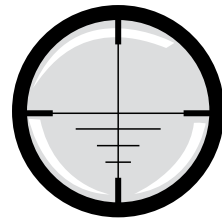
Cara menangani Clown:

Gunakan kemampuan bersosialisasi mereka untuk latihan yang

membutuhkan diskusi dan interaksi dalam kelompok, tapi pastikan Clown tetap berada di jalurnya dengan mengajukan pertanyaan yang jelas serta tidak menanggapi pernyataan yang tidak berhubungan dengan topik Anda.

Hindari bersikap terlalu serius atau arogan terhadap mereka. Tertawalah jika mereka mengutarakan gurauan, bawa peserta lain menikmatinya, dan segera kembalikan fokus mereka ke topik Anda. Salah satu cara mengembalikan fokus mereka ke topik Anda atau meminta mereka bersikap serius adalah dengan mengutarakan tujuan seminar.

Hindari menimbulkan permusuhan atau terlalu membatasi partisipasi mereka karena itu akan membuat mereka frustrasi. Kalau frustrasi, mereka akan berubah menjadi Sniper yang menakutkan. Juga pastikan peserta lain tidak merasa terganggu karena umumnya Clown sangat ribut.



SNIPER-SI PENGKRITIK

- Sniper memulai dengan sikap permusuhan dan sinis terhadap Anda atau topik Anda.
- Mereka sering menaruh perhatian dan mendengarkan apa yang Anda sampaikan untuk mencari kesempatan yang tepat guna menyampaikan kritik atau sekadar menunjukkan keahlian mereka.
- Mereka mendapatkan perhatian lebih dari audiens lain dan bisa menggunakannya dengan baik saat diskusi, ketika analisis yang kritis menjadi hal yang penting.

- Anda patut mewaspadaikan mereka dalam sesi tanya jawab. Namun, jangan biarkan mereka mengambil alih ruangan dengan pertanyaan-pertanyaan mereka, dan jangan lupa bahwa mereka hanya satu orang.

Jika ruangan Anda dipenuhi Sniper:

Anda akan menyadari suasana yang penuh persaingan dan agresif, setiap pribadi ingin menjadi pemenang dan menunjukkan bahwa mereka lebih pintar dibandingkan orang lain. Banyak tangan yang dilipat saat Anda memulai pembicaraan. Persiapan yang mantap dan rasa percaya diri sangat penting dalam menghadapi orang-orang tipe ini.

Cara menangani Sniper:

Pertama-tama tunjukkan keahlian Anda karena Anda berdiri sebagai pembicara di ruangan itu tentu dengan alasan tertentu. Sniper hanya menjadi masalah bagi Anda jika Anda tidak percaya diri. Ingat, walaupun menyerang Anda dengan pertanyaan, mereka sebetulnya hanya menginginkan jawaban untuk pertanyaan yang mereka ajukan. Salah satu cara agar peluru Sniper tidak langsung mengarah ke Anda adalah lewat diskusi sehingga jawaban yang muncul tidak berasal dari sudut pandang Anda saja.



SNOWMAN-SI MR. AND MRS. COOL

- Tak peduli berapa sering Anda berbicara kepada Snowman (baik dalam seminar maupun keseharian), mereka tidak memberikan respons. Snowman adalah

orang yang memiliki “penyakit” dalam bersosialisasi dan tidak berbicara sepanjang interaksi Anda dengan peserta, tapi sangat mengetahui apa yang pembicara lakukan.

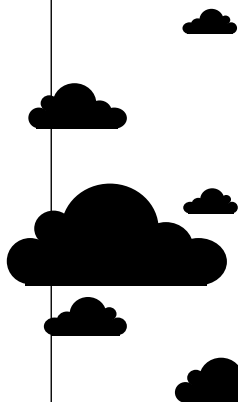
- “Penyakit” ini datang dari ketakutan mereka untuk berbicara di hadapan orang lain, atau kurangnya rasa percaya diri atas pengetahuan mereka. Mereka berkeyakinan saat mereka mengajukan suatu pertanyaan, orang lain akan berpikiran buruk terhadap mereka. Karenanya, mereka memutuskan untuk tetap diam.
- Snowman secara pribadi sebetulnya ingin berhubungan dekat dengan pembicara, tapi merasa takut karena di benak mereka pembicara terlihat sebagai sosok yang lebih penting dibandingkan mereka.
- Snowman biasanya ditemukan pada pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan kemampuan teknik spesifik, yang tidak membutuhkan interaksi yang sering dengan orang lain.

Jika ruangan Anda dipenuhi Snowman:

Anda akan sulit memperoleh respons dari mereka. Sesi tanya-jawab dan diskusi sangat sulit dilakukan.

Cara menangani Snowman:

Kesalahan terbesar yang bisa Anda lakukan adalah mengabaikan Snowman. Seperti saya katakan sebelumnya, penting memastikan semua audiens mendapatkan perhatian Anda. Lakukan hal itu dengan tersenyum kepada mereka, menghampiri mereka, dan menciptakan kontak mata. Ciptakan suasana yang hangat dan akrab.



BLACK CLOUD-SI NEGATIVE THINKING

- Black Cloud memiliki bahasa tubuh negatif, seperti mengerutkan kening, menatap dengan tidak berfokus, dan melipat tangan. Namun, hati-hati menilai bahasa tubuh seseorang, karena untuk sebagian orang mengerutkan kening bisa berarti dia sedang berpikir keras.
- Mereka menunjukkan gelagat hal yang Anda bahas tidak mungkin dilakukan karena bagi mereka terlalu rumit, membosankan, atau tidak relevan.
- Mereka mungkin pernah mendengar hal yang Anda bahas walaupun sedikit, lalu menyimpulkan mereka tidak menyukai pembahasan Anda atau yang Anda bahas tidak dapat dilakukan.
- Tipe lain bisa berubah menjadi Black Cloud jika sepanjang hari mereka mendengarkan seorang pembicara yang tidak menarik sehingga mereka merasa bosan dan lelah.

Jika ruangan Anda dipenuhi Black Cloud:

Anda akan merasakan energi yang rendah. Bahasa tubuh mereka loyo dan mata mereka sayu. Mereka tidak merespons apa yang Anda katakan.

Cara menangani Black Cloud:

Mulailah dengan menjelaskan bahwa metode yang Anda gunakan berbeda. Jika ruangan Anda dipenuhi Black Cloud, buat mereka bergerak atau berdiskusi. Namun, sebelumnya jelaskan mengapa

penting bagi mereka untuk melakukannya, misalnya dengan berkata, “Hari ini kita akan membahas sebuah topik yang menarik, tapi pertama-tama alangkah baiknya bila kita saling mengenal lewat sebuah permainan.”

Bawalah cahaya terang ke Black Cloud dengan menunjukkan antusiasme ekstra terhadap topik Anda dan mempertahankannya. Jika energi Anda turun, audiens akan meninggalkan ruangan dengan merasa frustrasi.



UNWANTED PANELIST- SI AHLI YANG TERSASAR

- Ini adalah “ahli” yang hadir di ruangan tanpa Anda undang.
- Sama dengan Clown, Unwanted Panelist adalah orang dengan kepercayaan diri yang tinggi, tapi kurang mendapat respek.
- Unwanted Panelist sering kali mencoba menambahkan pengetahuan/pembahasan dengan mengajari audiens pengalaman mereka. Hal itu terkadang sengaja dilakukan untuk memperoleh respek atau bisnis dari audiens.
- Mereka sering kali menjadi orang pertama yang menjawab pertanyaan dari pembicara dengan penjelasan sangat panjang, melebihi semestinya.
- Di mata audiens lain mereka terlihat menjengkelkan, ambisius, dan mengganggu.

Jika ruangan Anda dipenuhi Unwanted Panelist:

Biasanya hanya akan ada sepasang Unwanted Panelist di ruangan Anda. Jika jumlahnya lebih banyak, seminar Anda menjadi di luar kendali, yaitu orang berlomba-lomba menceritakan kisah dan pengalaman mereka. Unwanted Panelist akan menimbulkan gesekan dengan audiens lain yang datang untuk mendengarkan Anda bicara. Tugas Anda-lah untuk mengurangi gangguan yang terjadi.

Cara menangani Unwanted Panelist:

Idealnya Anda tidak memiliki Unwanted Panelist atau mereka diam dan hanya berbicara jika diperlukan. Untuk mewujudkannya, buat kesepakatan di awal agar Anda tidak diatur. Pembahasan lebih lanjut bisa ditemukan di Rahasia 9: Buatlah Aturan agar Anda Tidak Diatur.

Anda bisa mengondisikan audiens dengan mengatakan, "Mari kita mulai seminar ini dengan pikiran terbuka, yaitu Anda meninggalkan pengetahuan dan pengalaman Anda di depan pintu agar saya bisa memperkaya wawasan Anda dengan memberikan sudut pandang baru."

RAHASIA 5:

Sequencing Bagian I

Teknik Pembukaan yang Powerful

” ANDA TIDAK AKAN MEMILIKI KESEMPATAN KEDUA UNTUK MEMBUAT KESAN PERTAMA.

URUTAN YANG MUDAH DIINGAT DAN DIPAHAMI

Seminar tak ubahnya lakon dalam drama. Semua gerakan, perkataan, dan situasi dirancang sedemikian rupa dengan satu tujuan, yakni agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh penonton. Di seminar Anda juga harus membuat skenario agar pesan yang Anda sampaikan bisa diterima dengan jelas oleh audiens.

Berikut beberapa teknik membuat episode dalam seminar:

- *Catch them*
Sebelum bisa menyampaikan informasi atau materi presentasi, Anda harus berhasil menangkap perhatian audiens. Di bab ini saya membahas sepuluh teknik membuka presentasi yang berkesan agar bisa menarik perhatian audiens.

- *Teach them*

Setelah berhasil menarik perhatian audiens, ajari mereka topik yang Anda bahas. Urut-urutannya (*body*) harus jelas agar audiens bisa dengan mudah memahami materi Anda.

- *Work them*

Kemudian bekerjalah bersama mereka, atau beri mereka tugas dan amati apakah mereka mengerti apa yang Anda ajarkan. Sebelum memberi tugas, pastikan Anda sudah memberikan contoh yang berhubungan dengan tugas yang akan mereka kerjakan agar bisa lebih mudah dipahami.

- *Test them*

Tahap berikutnya adalah menguji mereka untuk mengetahui apakah mereka memahami materi yang Anda sampaikan. Anda bisa memberikan kuis berhadiah buku, CD, DVD, dan sebagainya.

STRUKTUR PUBLIC SPEAKING YANG MEMUKAU

Untuk membuat *public speaking* yang memukau, menarik dan mudah dimengerti, Anda harus menyusunnya secara sistematis. Berikut urutan *public speaking* yang dapat Anda jadikan acuan.

1. *Introduction*

- *Opener*

Sampaikan kalimat pertama untuk membuka seminar. Anda bisa memilih satu dari sepuluh teknik pembukaan yang ada di halaman 80.

- *Topik*

Sebutkan topik yang akan Anda bicarakan. Ingat, pastikan *opening* Anda sesuai dengan topik yang akan Anda bicarakan.

- **Agenda**
Sebutkan agenda pembicaraan dengan memberikan sedikit gambaran mengenai materi Anda.

2. **Body**

- Poin utama pertama
- Ilustrasi
- Poin utama kedua
- Ilustrasi
- Poin utama ketiga
- Ilustrasi

Ada tujuh cara untuk memberikan ilustrasi di setiap poin utama.

3. **Conclusion**

- *Review poin-poin utama*
Ulangi secara singkat poin-poin yang sudah Anda sampaikan agar audiens mengingat apa yang Anda sampaikan.
- *Concluding grabber*
Sampaikan kalimat terakhir untuk menutup presentasi. Anda bisa menggunakan teknik *closing* yang ada di Rahasia 6.

KESAN PERTAMA ADALAH SEGALANYA

Setiap detik ada 11 juta bit informasi yang masuk ke pancaindra seseorang, sementara dia hanya akan memproses sekitar 40 informasi dan membuang yang lain. Oleh karena itu, penting bagi Anda untuk menarik perhatian mereka pada kesempatan pertama berbicara dengan teknik pembukaan yang menarik.

Ada tiga alasan utama teknik pembukaan sangat penting dalam presentasi:

1. Untuk menarik perhatian audiens

Secara fisik, audiens bisa saja berada di ruangan tempat Anda melakukan presentasi, tapi pikiran mereka menjelajah ke mana-mana, termasuk *ngelonjor* alias *ngelamun* jorok, hehehe.

Teknik pembukaan sangat penting untuk menarik perhatian audiens sehingga fokus mereka mengarah kepada Anda. Lebih mudah memasukkan informasi ke pikiran audiens jika fokus mereka ada di ruangan seminar.

2. Untuk mencairkan kekakuan

Suasana kaku bisa tercipta saat Anda akan memulai presentasi. Menurut saya, waktu yang sangat penting saat berbicara di depan umum adalah 5 menit pertama. Kalau 5 menit pertama itu lancar, umumnya sepanjang presentasi akan berjalan lancar. Karena teknik pembukaan ini adalah teknik hafalan, otomatis kekakuan akan bisa Anda atasi.

3. Memberikan informasi

Audiens akan mendapatkan informasi mengenai isi pidato dari pembukaan yang kita sampaikan.

10 TEKNIK PEMBUKAAN YANG POWERFUL

Berikut sepuluh cara membuka presentasi (*opener*) yang bisa menarik perhatian audiens.

1. **Visual Impact**

Anda memperlihatkan dampak secara visual yang menarik perhatian audiens dan menjadi jembatan untuk masuk ke pembahasan topik.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Bapak-Ibu sekalian, di tangan saya ada uang Rp100.000,- siapa yang mau?"

Oke, 95% dari Anda yang hadir mau uang ini. Kalau uang ini saya remas-remas seperti ini (sambil meremas-remas uang), siapa yang masih mau? Wow, masih ada 95% orang yang mau uang yang sudah kusut ini.

Nah, kalau sekarang uang ini saya injak (sambil menginjak-injak uang), siapa yang masih menginginkannya? Ya, mayoritas Anda tetap menginginkan uang ini, betul? Satu alasan kita semua masih tetap menginginkan uang ini, walaupun sudah saya remas-remas dan injak-injak adalah nilai uang ini tidak pernah berubah, betul?

Hal sama juga berlaku bagi diri kita. Tak peduli seperti apa keadaan Anda saat ini, entah Anda sukses atau belum sukses, kaya atau miskin, berhasil atau belum berhasil, hal itu tidak akan pernah mengurangi nilai Anda sebagai manusia yang penuh potensi.

Oleh karena itu, topik saya malam hari ini adalah '*Maximize Your Potential for Success*'. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.

(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan berbicara tentang cara mengeluarkan potensi dalam diri

Anda, cara memotivasi diri, dan teknik mengganti *limiting belief* menjadi *empowering belief*."

2. *Powerful Question*

Anda memberikan permasalahan yang sedang terjadi dan presentasi Anda merupakan solusi dari permasalahan itu.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Tahun 2010 yang lalu Indonesia memasuki CAFTA (China ASEAN Free Trade Area). Pemerintah memberi kesempatan sebesar-besarnya kepada negara-negara Asia untuk memasukkan produk dan jasa mereka ke Indonesia. Sebaliknya, kita juga bisa mengeksport produk kita ke negara-negara Asia. Pertanyaan saya, apakah kita siap menghadapi persaingan di era perdagangan bebas ini?"

Oleh karena itu topik yang akan saya bahas adalah membentuk UMKM yang tangguh di era CAFTA. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.

(Agenda) Selama tiga jam ke depan saya akan membahas cara mengubah *mindset* pelaku UMKM, cara mendesain sistem yang efisien sehingga dapat bersaing dengan produk impor, dan cara *marketing* yang sensasional agar menarik pembeli."

3. *Audience Participation*

Anda meminta partisipasi langsung dari audiens.

Contoh:

MC : “Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto.”

OH: (*Opener*) “Sebelum memulai seminar pagi ini, saya ingin Bapak dan Ibu berkenalan dengan teman-teman baru di samping kiri dan kanan Anda. Minimal lima orang dan waktu yang saya berikan lima menit.

(setelah beberapa menit)

Dari cara Anda berkenalan saya bisa mengelompokkan Anda ke dalam tiga kategori orang. Kategori pertama adalah orang-orang di bawah standar, yang hanya berkenalan dengan kurang dari lima orang dengan bermacam-macam alasan. Kategori kedua adalah orang-orang yang mengikuti standar, yakni mereka yang hanya melakukan sesuai dengan instruksi yang diberikan dan hanya berkenalan dengan lima orang. Kategori ketiga adalah orang-orang yang selalu melebihi standar yang ditetapkan, dalam hal ini berkenalan dengan lebih dari lima orang.

Agar bisa sukses Anda harus menjadi pribadi yang di atas standar. Saat ini saya akan membahas cara menjadi manusia di atas rata-rata dengan topik Extraordinary Man. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.

(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan berbicara mengenai lima langkah membentuk diri menjadi extraordinary man.”

4. *Story*

Anda menceritakan kisah yang berkaitan dengan topik yang akan Anda bahas.

Contoh:

MC : “Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto.”

OH: (*Opener*) “Orang yang melihat dan mengenal Evelyn Adams mungkin beranggapan dia orang paling beruntung di dunia. Sewajarnya itu, karena Evelyn Adams dua kali memenangkan lotre New Jersey, pada tahun 1985 dan 1986, sejumlah US\$5,4 juta. Namun, seluruh uang hasil kemenangannya habis—sebagian besar di mesin *jackpot* Atlantic City. Dia pun harus tinggal di *trailer park*.

William ‘Bud’ Post lebih beruntung lagi karena dia memenangkan lotre Pennsylvania sejumlah US\$16,2 juta atau setara dengan 162 miliar rupiah. Uang itu dia investasikan di bisnis mobil dan restoran. Setahun kemudian ia berutang US\$1 juta dan dinyatakan bangkrut. Saat ini dia hidup dengan mengandalkan jaminan sosial pemerintah.

Sebaliknya, seorang pengusaha properti mengalami kemerosotan yang sedemikian parah sehingga harus menanggung utang perusahaan sebesar US\$3,5 juta dan utang pribadi sebesar US\$900 juta pada tahun 1990. Lima belas tahun kemudian, tepatnya tahun 2005 majalah *Forbes* memasukkan namanya ke daftar 400 orang terkaya di Amerika. Dia bisa mengubah utang sebesar US\$900 juta menjadi keuntungan bersih sebesar US\$2,7 miliar dalam

waktu 15 tahun. Anda mengenal pria ini dengan nama Donald Trump.

Sebetulnya apa perbedaan Evelyn Adams, William 'Bud' Post, dan Donald Trump? Ya, mentalitas atau pola pikir. Oleh karena itu, topik saya hari ini adalah '*Millionaire Mindset*'. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, berkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.

Selama beberapa jam ke depan saya akan membahas 21 *mindset* orang kaya dan cara mengubah *mindset* Anda menuju kekayaan."

4. **Four Statement**

Anda melemparkan empat pernyataan yang sama atau berbeda, disusul dengan topik bahasan Anda yang berkaitan dengan keempat pernyataan itu.

Contoh:

MC : "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Ada *salesman* yang menghasilkan US\$ 1 juta setiap bulan, ada *salesman* yang menghasilkan US\$ 10.000 setiap bulan, ada *salesman* yang tidak menghasilkan apa-apa, dan ada *salesman* yang memutuskan meninggalkan profesinya sebagai *salesman* karena tidak bisa menjual satu produk pun.

(Agenda) Pada kesempatan ini saya akan membahas mengapa ada *salesman* yang bisa berhasil menjadi jutawan dan ada *salesman* yang tidak pernah berhasil. Selamat pagi,

nama saya Ongky Hojanto, dan topik yang akan saya bahas adalah '*Sales Mastery*'."

5. Pujian

Anda membuka presentasi dengan memberikan pujian kepada audiens, kota tempat acara berlangsung, atau profesi audiens (jika profesi mereka sama).

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Sejak menerima undangan untuk memberikan seminar di Surabaya, hati saya tak sabar ingin segera berada di kota ini. Bagi saya, Surabaya adalah kota yang istimewa, dengan semangat dan antusiasme *arek-arek* Surabaya, ditambah dengan wisata kulinernya. Semua itu membuat saya semakin ingin segera berada di kota ini.

Gambaran saya mengenai Surabaya ternyata keliru. Saya melihat *arek-arek* Surabaya malam ini lebih bersemangat dan lebih luar biasa dari yang saya bayangkan. Luar biasa! Selamat malam, nama saya Ongky Hojanto, dan malam ini saya akan berbicara mengenai '*Entrepreneurship*'.

(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan mengupas lima cara untuk meningkatkan profit tanpa biaya tambahan serta teknik membuat sistem bekerja dalam bisnis Anda."

6. Fakta Mengejutkan

Anda memberikan fakta yang tidak diketahui sebagai bahan untuk membuka presentasi dan memberikan efek mengejutkan bagi audiens. Hal ini penting agar Anda bisa memperoleh perhatian mereka.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Hasil survei Michael LeBoeuf, Ph.D. mengenai mengapa pelanggan lari menyatakan sebagai berikut:

3% Pindah tempat tinggal

5% Menemukan persahabatan baru di perusahaan atau toko lain

9% Terbujuk pesaing

14% Tidak puas dengan produk yang dibeli

68% Sikap masa bodoh yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer, atau karyawan

Saya yakin kita setuju bahwa apa pun jenis bisnis Anda, pelayanan yang baik adalah tuntutan yang harus dipenuhi untuk mempertahankan pelanggan. Selamat malam, nama saya Ongky Hojanto, dan malam ini saya berbicara mengenai 'Pelayanan Prima'.

(Agenda) Selama beberapa jam ke depan saya akan berbicara mengenai cara melayani yang baik, cara menciptakan *magic moment*, dan cara menghadapi komplain dari pelanggan."

7. Kutipan

Anda mengambil kutipan dari tokoh yang audiens kenal sebagai acuan dalam mengembangkan materi seminar.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Albert Einstein mengatakan 'Hanya orang gila yang menginginkan hasil berbeda dari tindakan yang sama.' Oleh karena itu, saat ini kita akan membahas '*How to Think Different*'. Selamat pagi, nama saya Ongky Hojanto."

Selama dua jam ke depan kita akan belajar cara pikir *out of the box* ala Walt Disney dan topi berpikir dari de Bono."

8. Humor

Walaupun bisa membuka presentasi dengan humor, Anda perlu jeli dan berhati-hati dalam menggunakannya. Pastikan humor yang Anda gunakan berkaitan dengan topik yang Anda bahas dan tidak mengandung unsur SARA.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Seorang tukang perahu mendayung perahu yang dinaiki seorang profesor. Hari menjelang sore dan perahu itu lewat di dekat hutan rindang. Daun-daun pepohonannya hanyut terbawa air. Sambil mengambil beberapa helai daun

itu, Sang Profesor bertanya kepada Tukang Perahu, “Tukang Perahu, apakah Anda pernah belajar botani?”

Dengan bingung, tukang perahu itu menatap Sang Profesor dan menjawab, ‘Saya tidak pernah belajar hal itu.’

‘Wah, Anda kehilangan 30% hidup Anda karena tidak pernah belajar mengenai botani.’

Selang beberapa saat, perahu melewati daerah dengan beberapa bebatuan besar berjajar di tepian sungai. Sang Profesor pun bertanya lagi, “Tukang Perahu, apakah Anda pernah belajar geologi?”

Dengan sedikit kebingungan Tukang Perahu menjawab, ‘Tidak pernah, Pak. Saya tidak mengerti apa itu geologi.’

‘Nah, Anda baru saja kehilangan 30% lagi dari hidup Anda karena tidak pernah belajar geologi.’

Perahu terus melaju dan terlihatlah gunung di kejauhan. Sang Profesor sekali lagi bertanya, ‘Tukang Perahu, Tukang Perahu, apakah Anda pernah belajar geografi?’

Dengan malu dan kepala tertunduk, menjawablah tukang perahu itu, ‘Saya tidak pernah tahu apa itu geografi, Tuan.’

‘Anda kehilangan 90% dari hidup Anda karena tidak pernah belajar hal-hal itu.’

Hari bertambah sore dan angin bertiup makin kencang. Arus sungai menjadi makin deras dan menerpa perahu itu. Akhirnya perahu itu pun terbalik. Saat berusaha berenang ke tepian, teringatlah Tukang Perahu akan Sang Profesor. Dengan suara yang nyaring dia berteriak, ‘Pak, Pak, apakah Anda pernah belajar berenang?’

Di tengah kepanikan agar tidak tenggelam, profesor itu menjawab, ‘Tidak pernah.’

Mendengarnya, dengan nada serius tukang perahu itu berkata, 'Anda akan kehilangan 100% hidup Anda karena tidak pernah belajar berenang, Pak.'

Robert T. Kiyosaki selalu menganjurkan setiap orang belajar berjualan karena 74% orang meraih kekayaan lewat cara berbisnis dan bisnis memerlukan keterampilan menjual.

Selamat malam, nama saya Ongky Hojanto, dan malam ini saya berbicara mengenai '*Sales Mastery with NLP*'.

(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan berbicara mengenai 7 P dalam penjualan, yakni: prospek, pertemuan, pendekatan, presentasi, penanganan keberatan, penutupan penjualan, dan purna jual."

9. Pertanyaan dari Orang Ternama

Anda juga bisa memberikan pertanyaan yang menggiring rasa ingin tahu audiens dan diajukan oleh seorang tokoh terkenal. Kalau tokoh itu kurang dikenal, Anda bisa memberi sedikit pengantar tentangnya.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga penulis buku *best seller*. Beliau adalah inspirator sukses no. 1 Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah kita sambut Bapak Ongky Hojanto."

OH: (*Opener*) "Leo Tolstoy, seorang sastrawan Rusia, pernah mengajukan tiga pertanyaan: Kapan waktu yang paling penting? Siapa orang yang paling penting? dan Apakah hal yang paling penting untuk dilakukan? Jawaban pertanyaan itu: Waktu terpenting adalah saat ini, orang paling penting adalah orang yang sedang bersama kita saat ini, dan hal yang paling penting untuk dilakukan adalah peduli."

Selamat pagi, nama saya Ongky Hojanto, dan saya akan berbicara mengenai 'Awareness'."

(Agenda) Selamat 90 menit ke depan saya akan membicarakan teknik-teknik untuk bisa berfokus dan berkonsentrasi dalam kehidupan sehari-hari."

RAHASIA 6:

Sequencing Bagian II

Sederhanakanlah Hal yang Kompleks dan Mudahkanlah Hal yang Sulit

Delapan puluh persen waktu presentasi akan Anda habiskan di *body* atau poin utama yang Anda bahas. Oleh karena itu, pastikan Anda memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun serta menyampaikan pesan sehingga audiens bisa memperoleh manfaat dari presentasi Anda yang disampaikan dengan jelas.

BEBERAPA KESALAHAN UMUM YANG DILAKUKAN DALAM MEMBAHAS POIN UTAMA:

- Tidak ke mana-mana
Bayangkan saat ini Anda berada di gurun pasir yang gersang. Panas matahari menyengat kulit Anda, membuat Anda sangat kehausan. Sejauh mata memandang, padang gurun itu seperti tak berujung. Hal itu tentu membuat Anda frustrasi, bukan?
Hal sama akan dirasakan oleh audiens saat mendengar Anda berbicara tanpa pola sehingga poin-poin yang Anda bahas tidak jelas dan suara Anda monoton tanpa penekanan.

Semua terasa kering sehingga audiens mulai merasa gerah dan ingin segera keluar dari “padang gurun” ini.

Untuk mencegah hal itu, sampaikan poin-poin bahasan dengan jelas, munculkan antusiasme dalam suara Anda, dan beri penekanan pada poin penting dengan suara Anda. Yang terpenting milikilah rencana akan membawa audiens ke mana setelah poin pertama selesai, begitu juga poin kedua dan seterusnya.

- Terlalu berbasa-basi
Basa-basi terkadang penting untuk mencairkan kekakuan dan membangun keakraban dengan audiens. Namun, berbasa-basi terlalu lama juga akan membuat presentasi Anda tidak menarik. Saran saya, setelah pembukaan, habiskan beberapa menit untuk menyampaikan kata pengantar sebelum masuk ke poin utama. Kata pengantar bisa berupa kisah, masalah, atau keprihatinan Anda mengenai “sesuatu” yang solusinya akan Anda bahas.
- Balik lagi, balik lagi
Beberapa pembicara tidak pernah mencapai puncak presentasi karena terlalu sering kembali ke poin awal yang sudah dibahas. Walaupun pengulangan penting untuk membuat audiens mengingat pembahasan Anda, jika terlalu banyak dilakukan akan membuat orang bingung dan bosan. Sebaiknya Anda mengulang poin-poin utama di *conclusion*, bukan *body*.

TEKNIK MEMBAWA ORANG KE PUNCAK PRESENTASI ANDA:

Ada beberapa cara yang harus Anda kuasai agar bisa menggiring audiens ke puncak poin utama Anda. Hal ini penting sebagai penekanan dan penguatan inti pesan yang Anda sampaikan, juga sebagai tanda bahwa presentasi Anda akan segera usai.

Saya terkadang mengukur kesuksesan saya berbicara dan menyampaikan pesan, serta apakah audiens mengikuti dan memahami pesan yang saya sampaikan, dengan tepuk tangan. Biasanya, saat Anda berada di puncak, audiens akan bertepuk tangan untuk Anda.

Berikut beberapa poin yang bisa Anda lakukan untuk membawa audiens ke puncak:

- Memberikan penekanan poin dengan bahasa tubuh atau gerakan tangan
- Mengulangi satu-dua kali poin penting
- Meningkatkan volume suara
- Menggunakan pernyataan singkat

6 TEKNIK MENYUSUN PUBLIC SPEAKING YANG MUDAH DIMENGERTI

Kesalahan beberapa pembicara adalah mengabaikan susunan atau alur dari isi pembicaraan mereka. Menyusun struktur pembicaraan dengan baik akan memudahkan audiens mengerti, memahami, dan mengingat pesan yang Anda sampaikan. Anda harus membuat alur yang benar dan baik agar audiens bisa mengikutinya dengan mudah. Bila audiens sudah mengingat pesan Anda, mereka bisa melakukannya.

Berikut teknik menyusun *body* presentasi Anda:

1. Teknik 5 W dan 1 H

Dengan teknik ini Anda menguraikan What, Where, When, Why, Who, dan How dari topik Anda. Walaupun tidak semua W harus Anda penuhi, ada dua unsur W, yaitu What dan Why, yang harus Anda masukkan ke *body* presentasi Anda.

Contoh:

Topik Power of Dream

- **Poin Utama pertama: What**

Apa sebetulnya impian itu?

Anda bisa membahas definisi impian atau cita-cita menurut kamus atau tokoh terkenal

- **Poin Utama kedua: Why**

Mengapa impian itu penting?

Berikan maksimal tiga alasan impian itu penting bagi audiens. Perkuat poin Anda dengan ilustrasi, misalnya kisah bagaimana impian Anda menjadi kenyataan atau kisah tentang seorang tokoh yang bisa mewujudkan impiannya.

- **Poin Utama ketiga: How**

Bagaimana cara mewujudkan impian?

Di poin ini, jelaskan cara untuk membuat impian audiens terwujud. Ingat, uraikan maksimal tiga cara untuk mewujudkan impian dalam bentuk subpoin. Sebagai contoh:

Tiga cara mewujudkan impian:

- ✓ Miliki keinginan yang kuat
- ✓ Miliki komitmen
- ✓ Miliki konsistensi

Setelah itu, perkuat tiap-tiap poin dengan ilustrasi yang akan saya jelaskan di bagian berikutnya.

2. Teknik Problem Solution

Dengan teknik ini Anda memaparkan suatu masalah yang juga dialami oleh audiens, atau menggiring audiens sampai mereka menyadari bahwa mereka memiliki masalah yang sebelumnya tidak disadari.

Contoh:

Topik: Bagaimana Cara Meraih Kebebasan Keuangan?

- **Poin Utama pertama: Masalah**

Sebanyak 95% orang akan jatuh miskin kalau saat ini berhenti bekerja atau kehilangan pekerjaan. Tidak semua orang mampu bekerja keras sampai tua.

Tidak ada jaminan Anda akan sehat terus sehingga bisa terus bekerja.

Perkuat poin ini dengan ilustrasi, misalnya, cerita mengenai orang kaya yang jatuh bangkrut.

- **Poin Utama pertama: Solusi**

Ada tiga cara untuk meraih kebebasan keuangan (masukkan sebagai subpoin):

- ✓ Perkecil pengeluaran Anda

Caranya: tunda kesenangan, bedakan keinginan dan kebutuhan, serta pahami konsep utang

- ✓ Perbesar pemasukan Anda

Caranya: melalui bisnis, properti, saham, atau internet marketing

- ✓ Investasikan selisih pemasukan dan pengeluaran

Caranya: melalui deposito, reksadana, properti, atau emas

3. Teknik Pilihan atau Versus

Dengan teknik ini Anda memberikan dua opini berbeda mengenai dua hal setara yang masing-masing memiliki kelebihan dan ke-

kurangan serta keuntungan dan kerugian. Buat audiens menyetujui kelebihan tiap-tiap pilihan Anda dan buat mereka juga mengamini kekurangan setiap pilihan yang Anda tawarkan. Setelah itu, tarik kesimpulan dari kedua pilihan tersebut.

Contoh:

Topik: *Smartphone* Beserta Dampak Baik dan Buruknya

- Poin Utama pertama—Apa itu *smartphone*?
- Poin Utama kedua—Dampak baik *smartphone*
 1. Portabilitas—subpoin
 2. Aplikasi Word Document—subpoin
 3. Aplikasi Jejaring Sosial—subpoin
- Poin Utama ketiga—Dampak buruk *smartphone*

4. Teknik Segitiga

Teknik ini memberikan tiga poin (cara, pilihan, dan alternatif tindakan) kepada audiens agar memperoleh manfaat dari topik yang Anda bahas.

Contoh:

Topik: How to Speak With Confidence?

Ada tiga cara untuk menjadi pembicara yang percaya diri. Saya menyingkatnya dengan rumus 3S.

- Poin Utama pertama—**SUBJECT MASTERY**
Beri ilustrasi dengan studi kasus.
- Poin Utama kedua—**SEQUENCING**
Jelaskan cara membuat *sequencing*.
- Poin Utama ketiga—**SHOWMANSHIP**
Gunakan ilustrasi dan statistik atau diagram.

VERB
7%

- Kecepatan Bicara
- Pilihan Kata

VOCAL
38%

- Apa yang audiens dengar: volume, tone, pitch, speed, flow

VISUAL
55%

- Apa yang audiens lihat: bahasa tubuh Anda, pakaian, rambut, dan alat peraga

5. Teknik Presentasi Kronologis

Teknik ini menggunakan waktu (masa lalu, masa kini, dan masa depan) dalam menuturkan materi presentasi.

Contoh:

Topik: Internet Marketing

- Poin Utama pertama—Masa lalu
Uraikan penggunaan internet pada tahun 1990-an.
- Poin Utama kedua—Masa kini
Uraikan jumlah pengguna internet saat ini dan uang yang berputar di dalamnya.
- Poin Utama ketiga—Masa depan
Uraikan prediksi pengguna internet pada masa yang akan datang dan peluang yang bisa dimanfaatkan dengan jumlah pengguna yang besar itu.

6. Teknik Presentasi Fungsional

Dengan teknik ini Anda memberi penjelasan tentang fungsi atau cara kerja sehingga audiens mendapat manfaat dengan mengikuti cara kerja yang Anda jelaskan atau menggunakan produk yang Anda jelaskan.

7 ILUSTRASI UNTUK MEMPERKUAT POIN UTAMA

Untuk memperkuat pesan di poin utama Anda sehingga orang dapat dengan mudah memahami apa yang Anda maksudkan, Anda dapat menggunakan ilustrasi. Berikut tujuh jenis ilustrasi yang bisa Anda pilih.

1. Cerita dan Anekdota

Anda dapat memperjelas poin utama dengan ilustrasi cerita, baik dari pengalaman orang lain maupun diri Anda sendiri. Cerita dan anekdot dibagi menjadi tiga jenis:

▪ Pribadi

Saat menceritakan anekdot pribadi, lakukan dengan antusias dan ekspresi wajah yang hidup. Hal itu tentu mudah dilakukan karena yang Anda ceritakan adalah kisah sangat Anda pahami. Poin terpenting dalam anekdot pribadi yaitu:

1. Poin apa yang Anda pelajari dari kejadian konyol itu. Jangan biarkan gengsi atau ego Anda membuat Anda tidak menceritakan kekonyolan yang harus Anda ceritakan.
2. Anekdota pribadi harus menjadi jalan pembuka untuk subpoin yang akan Anda jelaskan.

Contoh:

Tahun 2004 saya menjadi distributor sebuah produk yang berkhasiat meningkatkan HGH. Seiring bertambahnya usia, produksi HGH di dalam tubuh manusia akan menurun dan mengakibatkan makin cepatnya proses penuaan. Produk yang saya pasarkan adalah produk untuk kelenjar pituitari yang berfungsi memproduksi HGH. Salah seorang pelanggan tetap

saya bernama Alex. Karena penasaran ingin mengetahui efek yang dia rasakan, saya pun bertanya kepada Pak Alex, “Pak, apa yang Bapak rasakan setelah mengonsumsi produk ini?”

“Wah, bagus, Pak Ongky. Dulu saya susah tidur, tapi sekarang saya bisa lebih mudah tidur. Tapi sayang, Pak, gulanya saya temukan terakhir.”

Saya yang mulai cemas mendengar perkataan terakhir Pak Alex menatapnya dengan bingung. Saya bertanya kepada diri sendiri, gula yang mana ya?

Belum sempat saya bertanya, Pak Alex melanjutkan, “Tapi, tidak apa-apa. Ternyata gula Amerika itu manis.”

Karena tak sanggup menahan rasa penasaran, saya pun bertanya, “Gula yang mana, Pak Alex?”

“Itu lho Pak, di bungkusan kecil di dalam produk.”

Wah celaka, kata saya dalam hati. Pak Alex meminum *silica gel* yang ada di dalam produk itu.

Pertanyaan saya, “Siapa yang salah dalam kasus ini, saya atau Pak Alex?”

Itulah yang disebut dengan *map is not a territory*, yang artinya persepsi Anda terhadap sesuatu bisa berbeda dengan persepsi orang lain.

Oleh karena itu, dalam komunikasi penting untuk memberitahukan apa yang Anda inginkan kepada orang lain, bukan mengharapkan orang lain langsung mengerti keinginan Anda tanpa pernah Anda beritahukan.

Poin pertama dalam komunikasi adalah: *Map is not a territory* (masuk ke subpoin).

Jadi, jika anekdot pribadi Anda tidak mengandung kedua unsur itu, Anda tidak perlu menceritakan anekdot.

- **Sejarah**

Anekdote sejarah adalah cerita mengenai tokoh-tokoh yang dikenal masyarakat, seperti artis, aktor, tokoh politik, dan tokoh masyarakat. Anekdote ini juga bisa berupa kisah yang diceritakan secara turun-temurun.

Contoh:

Pada tahun 1938, ketika masih bersekolah, Honda menginvestasikan semua kekayaan yang dimilikinya di bengkel kecil dan mulai mengembangkan konsepnya tentang ring piston. Dia bahkan menggadaikan perhiasan istrinya. Honda ingin menjual karyanya itu ke Toyota Corporation. Oleh karena itu, dia bekerja siang malam, bahkan tidur di bengkel mesin, dengan keyakinan penuh bahwa dia akan mendapatkan hasil.

Namun, ketika akhirnya menyelesaikan ring piston dan membawanya ke Toyota, dia diberitahu bahwa hasil karyanya itu *tidak memenuhi standar Toyota*. Dia disuruh bersekolah lagi selama dua tahun. Di sana dia ditertawakan oleh para instruktur dan sesama pelajar, yang menganggap rancangannya itu menggelikan.

Bukannya berfokus pada kepedihan pengalamannya itu, dia memutuskan terus berfokus pada sasarannya. Akhirnya, setelah dua tahun, Toyota memberi Honda kontrak yang diimpikannya.

Gairah dan keyakinan Honda tidak percuma karena dia tahu apa yang dia inginkan, mengambil tindakan, memperhatikan apa yang efektif, dan terus mengubah pendekatan hingga dia mendapatkan apa yang diinginkannya. Namun, kemudian timbullah masalah baru.

Pemerintah Jepang ketika itu sedang bersiap-siap ber-

perang dan tidak mau memberinya beton yang diperlukan untuk membangun pabriknya. Apakah Honda menyerah? Tidak. Apakah dia berfokus pada betapa tidak adilnya hal itu? Apakah dia merasa impiannya sirna? Sama sekali tidak. Dia kembali memutuskan untuk memanfaatkan pengalaman itu dan mengembangkan strategi baru.

Bersama timnya dia menciptakan proses memproduksi beton sendiri lalu membangun pabrik. Selama perang, pabriknya dua kali terkena bom sehingga sebagian besar fasilitasnya hancur. Honda pun mengerahkan tim untuk mengambil kaleng bensin ekstra yang dibuang oleh para prajurit Amerika Serikat. Dia menyebutnya “hadiah Presiden Truman” karena kaleng itu dijadikannya bahan baku yang memang dia butuhkan untuk proses pabrikannya dan saat itu belum tersedia di Jepang.

Setelah berhasil selamat dari perang, pabriknya hancur akibat gempa bumi. Honda pun memutuskan menjual proses produksi pistonnya itu kepada Toyota.

Inilah orang yang jelas-jelas mengambil keputusan kuat untuk sukses. Dia bergairah dan yakin dengan apa yang dikerjakannya. Dia mempunyai strategi yang hebat. Dia mengambil tindakan besar. Dia terus mengubah pendekatan. Walaupun belum juga mendapatkan hasil yang menjadi komitmennya, dia memutuskan tetap bertekun.

Setelah perang, terjadilah kekurangan bensin di Jepang, dan Honda bahkan tidak bisa mengemudikan mobil untuk membeli makanan bagi keluarganya. Dalam keputusasaan, dia memasang motor kecil di sepedanya. Lama-kelamaan tangganya memintanya membuatkan “sepeda bermotor” bagi mereka juga. Begitu banyak tetangga yang berminat sampai-

sampai dia kehabisan motor. Dia pun memutuskan membangun pabrik yang memproduksi motor temuan barunya itu. Sayangnya, kala itu dia tidak mempunyai modal.

Seperti sebelumnya, dia mengambil keputusan untuk mencari jalan keluar, apa pun yang terjadi. Solusinya adalah memohon kepada 18.000 pemilik toko sepeda di Jepang lewat surat pribadi kepada mereka. Dia memberitahu mereka bagaimana mereka bisa berperan dalam menghidupkan kembali Jepang melalui mobilitas yang bisa disediakan oleh penemuannya. Dia berhasil meyakinkan 5.000 orang di antara mereka untuk meminjamkan modal yang dia butuhkan.

Namun, sepeda motornya *hanya laku dibeli oleh penggemar berat sepeda karena ukurannya terlalu besar dan rumit*. Dia pun melakukan penyesuaian final dan menciptakan versi yang jauh lebih ringan serta ramping. Produk itu dinamainya “Super Club”, yang meraih kesuksesan dalam semalam. Atas prestasinya itu, Kaisar memberinya penghargaan. Dia pun mulai mengeksport motornya itu ke Eropa dan Amerika Serikat, menyasar generasi muda. Pada tahun '70-an mobil produksi Honda menyusul kesuksesan sepeda motornya.

Sekarang Honda Corporation mempekerjakan ratusan ribu orang di Amerika Serikat dan Jepang serta dianggap sebagai salah satu produsen mobil terbesar di Jepang, mengungguli semua merek kecuali Toyota di Amerika Serikat. Honda Corporation berhasil karena satu orang memahami kuasa keputusan dan benar-benar berkomitmen menindaklanjutinya, terlepas dari kondisi yang ada, serta secara terus-menerus tanpa kenal putus asa menyelesaikan apa yang telah dimulainya. (Diambil dari *Awaken the Giant Within* karya Anthony Robbins.)

Agar Anda memiliki banyak stok cerita, saya sarankan Anda membeli buku saya, *Financial Revolution in Action*. Di buku itu saya menampilkan kisah Sylvester Stallone, Joe Shuster (pencipta tokoh Superman yang meninggal dalam kondisi miskin), Viktor Frankl (satu dari sedikit orang yang bisa melarikan diri dari kamp NAZI), Cindy Cashman (wanita yang menjual buku kosong setebal 96 halaman yang laku keras), dan James E. Casey (anak miskin yang merevolusi hidupnya sehingga memiliki 340.000 karyawan di seluruh dunia).

- **Alegoris**

Alegoris berupa kiasan, metafora, atau ilustrasi. Anda bisa melakukannya dengan dua cara:

1. Menceritakan kisah yang ada dan hidup di masyarakat
2. Menceritakan kisah yang Anda ambil dari kebudayaan lain

2. **Presentasikan Fitur**

Saat Anda mempresentasikan sebuah produk dengan tujuan membuat audiens membelinya, manfaat produk akan Anda masukkan di subpoin. Namun, sebagai ilustrasi pembuka Anda bisa mempresentasikan fitur produk itu.

3. **Studi Kasus**

Menampilkan studi kasus sangat efektif untuk audiens yang memiliki latar belakang akademik. Hal itu juga sangat efektif untuk menjelaskan suatu konsep. Pastikan Anda menyebutkan sumber kasus yang Anda ambil untuk menambah kredibilitas Anda. Anda bisa menemukan studi kasus di buku teks atau buku *best seller*, atau membuat studi kasus sendiri.

Contoh:

Dalam buku *How to Win Customer and Keep Them for Life*, Michael LeBoeuf, Ph.D. mengatakan penyebab pelanggan lari yaitu:

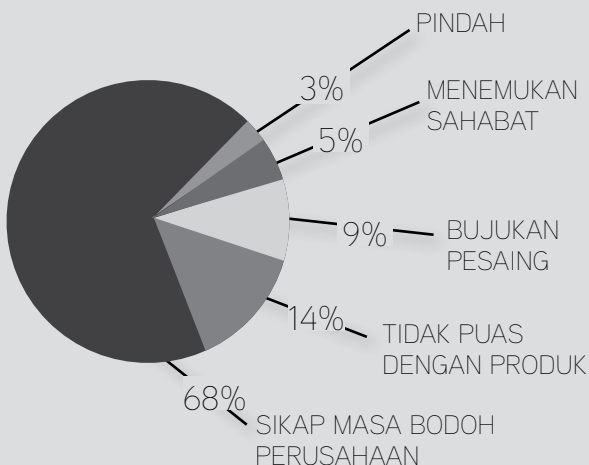
- 3% Pindah tempat tinggal
- 5% Menemukan persahabatan baru di perusahaan atau toko lain
- 9% Terbujuk pesaing
- 14% Tidak puas dengan produk yang di beli
- 68% Sikap masa bodoh yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer, atau karyawan

4. Statistik

Cobalah menjadikan materi presentasi Anda tampak menarik dengan menampilkan statistik dalam bentuk diagram. Sama seperti studi kasus, Anda perlu menyebutkan sumber data.

Contoh:

MENGAPA PELANGGAN LARI



5. **Demonstrasi**

Selalu tanyakan kepada diri Anda:

- Apa yang ingin Anda demonstrasikan (lebih baik Anda demonstrasikan atau katakan)?
- Bagaimana Anda mendemonstrasikannya?

6. **Video**

Anda bisa memutar video sebagai ilustrasi untuk mengantar audiens ke subtopik yang akan Anda bahas.

7. **Humor**

Anda bisa menggunakan humor sebagai ilustrasi.

Contoh:

Seorang *sales* mencoba membujuk seorang petani membeli sepeda. Sang petani menolak, tapi *sales* itu tampaknya tidak mudah menyerah.

"Daripada membeli sepeda, lebih baik aku habiskan uangku untuk memelihara sapi," kata Petani.

"Tapi," jawab Sang *Sales*, "coba pikir, Anda akan sangat terlihat bodoh jika bepergian dengan mengendarai sapi."

"Huh!" hardik Sang Petani. "Tidakkah aku terlihat lebih bodoh bila memerah sebuah sepeda!"

RAHASIA 7:

Sequencing Bagian III Teknik Penutupan yang Berkesan

**” JIKA ANDA SUDAH MENGAWALI
DENGAN BAIK, ANDA HARUS
MENUTUPNYA DENGAN SEMPURNA.**

6 CARA MENUTUP PUBLIC SPEAKING AGAR BERKESAN

Setelah Anda menampilkan pembukaan yang mengesankan dan isi presentasi yang mudah dimengerti serta diingat, tugas terakhir Anda sebagai pembicara adalah membuat penutupan yang berkesan. Bagian penutupan terdiri atas:

- *Review poin-poin utama*
Ulangi secara singkat poin-poin yang sudah Anda sampaikan agar audiens mengingat apa yang Anda sampaikan.
- *Concluding grabber*
Kalimat terakhir untuk menutup presentasi Anda.

Ada enam cara yang bisa Anda gunakan untuk membuat penutupan yang berkesan, yakni:

1. Ikrar atau Janji

Dengan teknik ini Anda minta peserta membuat janji atau komitmen bersama untuk melakukan apa yang sudah dipelajari.

Contoh:

OH: "Baiklah Bapak-Ibu sekalian, di akhir seminar ini marilah kita membuat komitmen terhadap diri sendiri untuk membangun kualitas pelayanan di perusahaan ini. Kemajuan perusahaan adalah kemajuan Anda dan saya juga. Senang sekali bisa berbagi dengan Anda sekalian. Sukses untuk Anda dan selamat sore."

2. Ajakan

Teknik ini menekankan ajakan agar audiens melakukan apa yang sudah dipelajari.

Contoh:

OH: "Bapak-Ibu sekalian, di akhir seminar ini saya mengajak kita semua mulai membangun kualitas pelayanan di perusahaan ini karena kemajuan perusahaan ini adalah kemajuan kita bersama. Senang sekali bisa berbagi dengan Anda sekalian. Sukses untuk Anda dan selamat sore."

3. Cerita

Teknik penutup dengan cerita secara tidak langsung mengajak audiens melakukan apa yang sudah diajarkan.

Contoh:

OH: "Pada suatu waktu hiduplah seorang guru yang bijak. Guru ini selalu memberikan nasihat yang baik kepada setiap

orang yang datang kepadanya. Suatu hari datanglah seorang anak muda yang berniat menguji Sang Guru. Sambil menyembunyikan tangan di punggung, anak muda itu bertanya kepada Sang Guru, 'Guru, ada seekor burung di tangan saya. Menurut Guru, burung ini hidup atau mati?'

Sambil tersenyum, Sang Guru berkata, 'Anak muda, hidup dan mati burung itu ada di tangan Anda. Kalau saya mengatakan burung itu mati, Anda akan melonggarkan tangan sehingga burung itu bisa terbang. Sebaliknya, kalau saya mengatakan burung itu hidup, Anda akan meremasnya sampai mati.'

Saat ini, sukses-tidaknya Bapak-Ibu ada di tangan Anda. Saya sudah memberikan ilmu dan Anda sudah menerimanya. Saya yakin jika mau bertindak sesuai dengan apa yang sudah Anda pelajari, Anda akan mendapatkan apa yang Anda inginkan. Sukses untuk Anda semua dan selamat malam."

4. Lagu

Bila menggunakan teknik ini, Anda minta audiens menyanyikan lagu penutup. Pastikan lagu yang Anda pilih sesuai dengan tema yang dibahas. Beberapa lagu yang saya rekomendasikan: "If We Hold on Together" (tema *team work*), "I Believe I Can Fly" (tema motivasi), "The Power of Dream" (tema *goal setting*), "When You Believe" (tema motivasi), "Nothing Gonna Stop Us Now" (tema motivasi), "That's What Friends Are For" (tema *team work*), dan "Hero" (tema motivasi).

Contoh:

OH: "Baiklah Bapak-Ibu sekalian, di akhir seminar ini marilah kita menyanyikan lagu 'If We Hold on Together'. Anda dan

saya akan selalu bisa melangkah maju jika kita bersatu padu bergandengan tangan.”

5. Pantun

Teknik pantun juga bisa Anda gunakan untuk menutup presentasi.

Contoh:

OH: “Nonton tivi sambil bernyanyi

Bawa kakak juga kecap

Niat hati hanya berbagi

Jika ada yang salah, *I’m sorry*

Senang sekali bisa berbagi dengan Anda sekalian. Sukses untuk Anda dan selamat sore.”

Contoh-contoh pantun lain:

a

Cari udang di danau biru
Jangan lupa membawa palu
Jika ada hal yang keliru
Mohon saya diberitahu

b

Buah pepaya masak di kebun
Buah mangga harum baunya
Belajar *public speaking* haruslah tekun
Agar efektif hasilnya

c

Gadis cantik pergi ke pantai
Pakai bikini dan kaus putih
Kita semua bisa pandai
Asal selalu rajin berlatih

6. Kutipan

Kutipan dari tokoh terkenal bisa Anda jadikan penutup presentasi. Namun, yang perlu digarisbawahi adalah tokoh itu harus dikenal oleh audiens. Alternatifnya, Anda bisa memaparkan sedikit latar belakang sang tokoh.

Contoh pertama:

OH: "Winston Churchill pernah berkata, 'Apa yang Anda ketahui tidaklah penting; apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahui itulah yang jauh lebih penting.' Senang sekali bisa berbagi dengan Anda hari ini. Selamat sore dan sukses untuk Anda semua."

Contoh kedua:

(memaparkan latar belakang Winston Churchill)

OH: "Winston Churchill, ***tokoh politik dan pengarang dari Inggris yang paling dikenal sebagai Perdana Menteri Britania Raya pada Perang Dunia Kedua***, pernah berkata: 'Apa yang Anda ketahui tidaklah penting; apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahuilah yang jauh lebih penting.' Senang sekali bisa berbagi dengan Anda hari ini. Selamat sore dan sukses untuk Anda semua."

Berikut beberapa contoh *sequencing* yang saya lakukan:

Contoh 1:

1. *Introduction*

▪ *Opener—Story*

Russel Conwell, dalam bukunya *Acre of Diamond*, bercerita tentang seorang laki-laki tua Persia bernama Ali Hafed yang tinggal dekat Sungai Indus. Ali memiliki lahan

pertanian yang sangat luas yang dijadikannya kebun buah-buahan, ladang gandum, dan kebun bunga. Dia juga memiliki uang yang dibungakan. Ali adalah orang kaya yang bahagia.

Pada suatu hari, Ali kedatangan tamu seorang pemuka agama yang bercerita tentang keindahan batu permata. Sang pemuka agama berkata, 'Anakku, kalau memiliki permata sebesar ibu jari, kamu bisa membeli sebuah kota, dan kalau memiliki tambang permata, kamu bisa menjadikan anak-anakmu raja'.

Ali Hafed sangat terkesan dengan perkataan sang pemuka agama. Bahkan, selama sehari-hari dia terus membayangkannya. Sejak itulah Ali Hafed merasa ada yang kurang dalam hidupnya. Dia membayangkan betapa menyenangkan jika bisa memiliki permata seperti itu.

Pada suatu hari, Ali Hafed membulatkan tekad menjual rumah serta ladangnya. Anak dan istrinya dia titipkan kepada tetangga, disertai biaya hidup. Dengan uang yang tersisa, Ali Hafed pergi mengembara untuk mencari permata-permata yang luar biasa itu. Dia mencari ke segala penjuru kota, bahkan menyeberang ke negeri yang jauh.

Selama belasan tahun dia berusaha menemukan permata, hingga dia mengalami kelelahan fisik, mental, dan emosional. Akhirnya, dalam kemiskinan dan keputusan Ali Hafed mengakhirinya hidup dengan terjun ke laut Barcelona, Spanyol.

Sementara itu, rumahnya kini ditinggali oleh petani lain. Suatu hari, saat sedang memberi minum untanya di sungai dangkal di kebun, petani itu melihat batu yang

memancarkan seberkas sinar warna-warni bak pelangi. Dia pun membawa batu itu ke rumah, meletakkannya di rak di atas perapian, dan melupakannya.

Suatu hari, pemuka agama yang biasa mengunjungi rumah-rumah penduduk di sekitar situ bertandang ke rumah Sang Petani. Saat melihat batu yang berkilauan itu, Sang Pemuka Agama berkata, 'Ini batu berlian! Apakah Ali Hafed sudah kembali?'

'Oh, dia tidak kembali dan itu bukan berlian. Itu hanya sebuah batu yang kutemukan di kebunku,' sahut Sang Petani.

'Percayalah, aku sangat mengenal berlian saat melihatnya. Aku tahu pasti ini berlian,' kata pemuka agama itu.

Mereka pun bersama-sama menuju kebun dan menggali pasir putih di sana dengan jari. Itu dia! Ada banyak bebatuan yang lebih cantik dan berharga dibandingkan batu pertama.

Itulah awal mula ditemukannya tambang berlian Golconda, tambang terkaya sepanjang sejarah manusia. Berlian Kohinoor dan Orloff yang menghiasi mahkota-mahkota Kerajaan Inggris dan Rusia berasal dari tambang itu. Kisah ini menggambarkan betapa kita sering sibuk mencari sesuatu yang mungkin bahkan tidak kita ketahui seperti apa wujudnya.

- **Topik**

Selamat pagi. Nama saya Ongky Hojanto dan topik saya hari ini *The Power of Dream*.

- **Agenda**

Selama tiga jam ke depan saya akan membagikan teknik, tip, serta cara membuat impian Anda menjadi kenyataan.

2. **Body**

(menggunakan *power of three*)

Dalam buku *Acre of Diamond*, Ali mencari sesuatu tanpa mengetahui secara pasti apa yang dicarinya itu sehingga dia tidak menemukannya.

- **Poin Utama pertama**

Impian Anda harus TERTULIS

Ilustrasi:

Tahun 1952 Yale University melakukan riset terhadap mahasiswa dan mendapati hanya 3% mahasiswa yang menuliskan tujuan hidup. Dua puluh tahun kemudian, 1972, kembali diadakan riset terhadap mahasiswa yang sama. Didapati bahwa 3% mahasiswa yang dua puluh tahun lalu menuliskan tujuan hidup lebih sukses dalam pekerjaan dan bisnis, lebih kaya, serta lebih bahagia.

- **Poin Utama kedua**

Impian Anda harus SPESIFIK, impian Anda haruslah jelas. Itu berarti impian Anda haruslah:

- a. bisa Anda bayangkan, rasakan, dan dengarkan
- b. memiliki batasan waktu
- c. memiliki langkah awal yang harus dilakukan

Ilustrasi—*Game*:

Saya minta audiens membayangkan mereka sukses, kaya, dan bahagia. Hal itu pasti sulit karena sukses, kaya, dan

bahagia bersifat abstrak. Pertanyaannya, bagaimana Anda bisa memperolehnya jika Anda tidak bisa membayangkannya.

- **Poin Utama ketiga**

Impian Anda harus dinyatakan dalam kalimat POSITIF. Nyatakan tujuan Anda dalam bentuk kalimat positif.

Contoh:

“Saya ingin sukses”, bukan “Saya tidak ingin gagal”.

“Saya ingin kaya”, bukan “Saya tidak ingin miskin”.

Ilustrasi—Kisah:

Saat Anda minta anak Anda yang berusia 3 tahun tidak bermain hujan-hujan, dia akan cenderung bermain hujan-hujan. Hal itu terjadi karena pikiran sadar dan logika berpikir anak Anda belum bekerja secara optimal. Pikiran bawah sadar tidak mengenal kata “tidak” atau “jangan”.

3. *Conclusion*

- **Review poin-poin utama**

Jadi, ada tiga cara untuk membuat impian Anda menjadi kenyataan. Pertama, tuliskan impian Anda. Kedua, pastikan impian Anda ditulis dengan spesifik dan jelas. Ketiga, tuliskan impian Anda dalam kalimat positif.

- **Concluding grabber—Statement**

Winston Churchill pernah berkata, “Bukan apa yang Anda ketahui yang penting, tapi apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahuilah yang jauh lebih penting.”

CONTOH 2:

Ini adalah pidato yang dibawakan oleh anak saya, Meriel (7 tahun), dalam Lomba Jagoan Cerdas Indonesia. Dia meraih peringkat lima besar se-Sulawesi Utara dan menjadi finalis termuda.

A. Introduction

- **Opener—Four statement**

Masa depan Indonesia berada di tangan anak Indonesia.
Masa depan Indonesia berada di pundak anak Indonesia.
Masa depan Indonesia berada di genggam tangan anak Indonesia.

Dan masa depan Indonesia berada pada kualitas anak Indonesia.

- **Topik**

Selamat pagi. Nama saya Meriel Hojanto dan topik saya hari ini adalah cara membangun anak Indonesia yang cerdas.

- **Agenda**

(tidak ada karena waktunya hanya tujuh menit)

B. Body

- **Poin Utama pertama—definisi kecerdasan**

Indonesia adalah negara besar yang terdiri dari 17.500 pulau. Negara yang besar ini akan semakin maju bila ditunjang oleh anak-anak Indonesia yang cerdas. Kecerdasan adalah kemampuan berpikir dan menguasai sebuah bidang. Setiap anak biasanya memiliki kecerdasan unik pada bi-

dang-bidang tertentu, seperti matematika, mengenali diri, olahraga, musik, menyanyi, sains, bahasa, sosial, atau menggambar.

- **Poin Utama kedua—lima cara meningkatkan kecerdasan**

Ada lima cara untuk meningkatkan kecedasan anak, yang saya istilahkan dengan rumus ABCDE:

1. **Amati** bidang mana dari kedelapan bidang itu yang kita sukai
2. **Belajarlah** dengan tekun dalam bidang itu
3. **Cari** guru terbaik dan belajarlah dari mereka
4. **Dengarkan** setiap petunjuk guru
5. **Evaluasi** terus pencapaian kita dengan mengikuti lomba, salah satunya Lomba Jagoan Cerdas Indonesia

- **Poin Utama ketiga—cara meraih kesuksesan**

Agar sukses, kita harus memiliki prinsip 3K, yaitu:

1. Kemauan untuk terus belajar
2. Komitmen untuk menjalankan apa yang sudah kita pelajari
3. Konsistensi untuk terus belajar agar bisa tetap tumbuh dan berkembang

C. *Conclusion*

- **Review poin-poin utama**

(tidak ada)

- **Concluding grabber**

Mari bangun Indonesia dengan membangun anak-anak Indonesia yang cerdas. Hidup Jagoan Cerdas Indonesia! Sekian dan terima kasih.

CONTOH 3:

Ini adalah pidato yang dibawakan oleh salah seorang peserta Public Speaking Mastery di Bali, Adysti Kardi (14 tahun). Saya begitu terkesan dengan pidatonya dan minta persetujuan untuk memasukkan pidatonya ini di buku.

A. *Introduction*

▪ *Opening*

Ribuan tahun lalu manusia menyampaikan pesan dari orang ke orang. Sebagai contoh, kalau ingin menyampaikan pesan kepada orang yang berada jauh dari saya, saya harus menyampaikannya kepada satu orang yang akan menyampaikannya lagi kepada orang lain dan terus berlanjut hingga akhirnya pesan itu sampai kepada orang yang dituju. Bayangkan berapa lama saya harus menunggu sampai pesan saya sampai ke telinga orang yang saya tuju?

Namun, seiring waktu teknologi terus berkembang. Sekarang ada yang dinamakan *smartphone*. Saat ayah saya sedang berada di Thailand dan saya di Bali, kami bisa saling memberikan kabar dengan sangat lancar berkat *smartphone*.

▪ *Topik*

Selamat siang. Saya Adysti Kardi dan hari ini saya akan membahas *smartphone* beserta dampak baik dan buruknya.

- **Agenda**

Hari ini saya akan membahas:

1. Apa itu *smartphone*
2. Dampak baik *smartphone*
3. Dampak buruk *smartphone*

- ***Set the rule***

Sebelumnya, agar informasi yang saya berikan hari ini bermanfaat dan jelas untuk Anda semua, mohon matikan HP Anda agar tidak mengganggu teman-teman di kiri dan kanan Anda selama presentasi berlangsung.

B. *Body*

- **Poin Utama pertama—Apa itu *smartphone*?**

Smartphone adalah teknologi terbaru yang sedang menjadi tren di kalangan generasi muda. *Smartphone* adalah perangkat telepon genggam yang dilengkapi fitur-fitur menarik dan bermanfaat yang dapat membantu Anda berkomunikasi secara lebih mudah serta nyaman dengan keluarga, teman, juga klien bisnis. Tak hanya berfungsi layaknya telepon genggam pada umumnya, *smartphone* juga bisa berfungsi sebagai PDA, atau *personal digital assistance*. Selain bisa digunakan untuk menelepon dan mengirim dan menerima SMS, *smartphone* memiliki aplikasi *chatting* dan kemampuan *web access* yang jauh lebih baik dibanding telepon genggam biasa. iPhone dan BlackBerry adalah contoh *smartphone* yang sedang digemari masyarakat.

- **Poin Utama kedua—dampak baik *smartphone***

- 1) Portabilitas—subpoin

Dulu Anda hanya bisa mengecek e-mail lewat komputer, bukan? Anda harus menyalakan komputer, *dial up internet connection*, dan *log in* akun e-mail Anda. Ada batas waktu dan Anda tidak bisa merespons e-mail dengan cepat. Namun sekarang, dengan *smartphone* Anda bisa mengakses, menerima, dan mengirim e-mail kapan pun serta di mana pun Anda berada karena salah satu keunggulan terbesar *smartphone* adalah portabilitasnya. Dengan *smartphone* Anda bisa mengakses e-mail 24 jam nonstop di mana pun tanpa komputer. Lebih fleksibel dan e-mail lebih cepat terjawab. Kerja pun terasa lebih mudah dan nyaman.

- 2) Aplikasi Word Document—subpoin

Dulu kalau ingin membuat dokumen Anda pasti menggunakan komputer, entah dengan aplikasi Word Processor, Excel, atau Powerpoint. Namun, sekarang Anda bisa melakukannya dengan *smartphone*. Berbeda dari HP lain pada umumnya, di *smartphone* tersedia aplikasi-aplikasi yang dulu hanya Anda temukan di komputer. Dengan *smartphone* Anda bisa membuat presentasi atau dokumen lain kapan pun dan di mana pun Anda berada.

- 3) Aplikasi Jejaring Sosial—subpoin

Salah satu fitur paling menarik dari *smartphone* adalah aplikasi jejaring sosialnya. Dengan HP pada umumnya kita bisa berkomunikasi melalui layanan pesan singkat SMS. Namun, *smartphone* memberikan layanan pesan

singkat yang jauh lebih efektif, yaitu *messenger* seperti WhatsApp, BlackBerry Messenger, dan Live Profile. Dibandingkan dengan SMS, *chatting* melalui *messenger* jauh lebih efektif karena percakapan bisa berjalan dengan cepat. Respons bisa lebih cepat karena *messenger* dilakukan secara *online*.

Di HP pada umumnya Anda membayar per SMS yang Anda kirim. Keuntungan lain *messenger* adalah Anda membayar selama kurun waktu pengaktifannya. Bisa per hari, per minggu, atau per bulan. Setelah membayar untuk jangka waktu yang diinginkan, Anda bisa mengirim pesan sepuasnya. Biaya menggunakan *messenger* lebih murah daripada SMS.

Sekarang ada aplikasi jejaring sosial yang bernama Skype. Skype bisa Anda gunakan untuk berkomunikasi secara *teleconferencing* atau *video conferencing*. Skype sangat membantu orang-orang yang memiliki kekurangan seperti tunawicara. Dengan *video conferencing* mereka bisa berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat.

- **Poin Utama ketiga—dampak buruk *smartphone***

Di balik semua keuntungannya, *smartphone* juga memiliki dampak buruk. Menurut data statistik 70% pengakses internet adalah anak muda. *Smartphone*, dengan akses internetnya yang sangat cepat, adalah salah satu pemicu anak muda sangat aktif di dunia maya. Coba Anda perhatikan di tempat umum, hampir tidak ada anak muda yang lepas dari HP. Ke mana-mana mereka menggenggam HP, yang kebanyakan digunakan untuk *chatting*.

Mereka terlalu terpaku dengan HP sehingga kurang peka dengan lingkungan sekitar. Tak hanya itu, *smartphone* juga dapat membahayakan kesehatan jika digunakan berlebihan karena mengeluarkan radiasi yang dapat mengganggu saraf.

C. Conclusion

- **Review poin-poin utama**

Hari ini saya telah membahas apa itu *smartphone*, yaitu perangkat teknologi terbaru untuk berkomunikasi secara lebih mudah dan efektif. Dampak baik *smartphone* adalah portabilitas dan aplikasi-aplikasinya yang menarik dan bermanfaat. Namun, *smartphone* juga memiliki dampak buruk, yaitu bersifat adiktif bagi anak muda dan bisa menimbulkan radiasi yang membahayakan kesehatan.

- **Concluding grabber—ajakan**

Singkat kata, saya ingin berpesan kepada Anda semua. *Smartphone* memang sangat berguna dalam mempermudah pekerjaan. Namun, penggunaannya harus dikontrol agar tidak membahayakan kesehatan. Sekian presentasi saya. Selamat siang dan terima kasih.

RAHASIA 8:

Kata-Kata yang Menghipnosis

**” KATA-KATA ADALAH SENJATA;
DIA BISA MEMBUAT ANDA
TERHIBUR, JUGA BISA MEMBUAT
ANDA TERKUBUR.**

RAHASIA AGATHA CHRISTIE

Agatha Mary Clarissa Christie (1890-1976) tercatat di *Guinness Book of Records* sebagai penulis fiksi terlaris sepanjang masa dengan lebih dari dua miliar buku dicetak dalam bahasa Inggris. Hal ini menimbulkan rasa ingin tahu para ilmuwan. Mereka ingin mengetahui rahasia menulis Agatha Christie dan melakukan penelitian terhadap 80 karya sang novelis.

Menurut penelitian itu, Christie menggunakan teknik sastra yang mirip teknik hipnoterapis dan psikolog, yaitu memiliki efek hipnosis pada pembaca. Kemampuan Agatha Christie memilih dan merangkai kalimat yang memicu rasa senang di otak pembaca adalah salah satu penyebab larisnya buku-bukunya. Kata atau frasa favorit yang berulang kali digunakan untuk memukau dan

merangsang munculnya rasa senang di otak yaitu "*she, yes, girl, kind, smiled, dan suddenly*".

George Gafner, dalam bukunya, *Hypnotic Technique for Standard Psychotherapy and Formal Hypnosis*, mengatakan kata-kata tertentu membuat orang mengalami trans (turunnya gelombang otak yang menyebabkan orang hanya berfokus pada satu sumber informasi). Kata-kata itu adalah "*wonder, imagine, dan story*".

Magic Words

Beberapa kata yang baik untuk Anda gunakan saat menyampaikan presentasi:

- Easily (dengan mudah)
- Naturally (secara alami)
- Unlimited (tak terbatas)
- Aware (sadar)
- Realized (menyadari)
- Experiencing (mengalami)
- Expanding (memperluas)
- Beyond (melampaui)
- Before (sebelum)
- After (sesudah)
- Now (sekarang)
- Because (karena)
- I appreciate (saya menghargai)
- And (dan)
- I respect (saya menghormati)
- I agree (saya menyetujui)

Words to Avoid

Beberapa kata yang sebaiknya Anda hindari saat menyampaikan presentasi:

- Can't (tidak bisa)
- Could have (bisa jadi)
- Should (harus)
- But (tapi)
- Try (mencoba)
- If (jika)
- Might (mungkin)
- Would have (akan)
- I understand (saya mengerti)

CARA MENCIPTAKAN GAMBAR DI OTAK AUDIENS

Dalam bahasa Indonesia kita mengenal istilah majas. Majas adalah bahasa kias, bahasa yang digunakan untuk menciptakan efek tertentu. Dalam penggunaannya, majas menimbulkan kesan imajinatif bagi penyimak atau pembicara. Penggunaan majas dalam menyampaikan sesuatu akan menciptakan daya tarik tertentu. Berikut contoh majas yang saya ambil dari <http://www.terpopuler.net>:

- 1) Majas Metafora adalah gabungan dua hal berbeda yang membentuk pengertian baru. Contoh: raja siang, kambing hitam.
- 2) Majas Alegori adalah majas perbandingan yang memperlihatkan perbandingan utuh. Contoh: Suami sebagai nakhoda, istri sebagai juru mudi.
- 3) Majas Personifikasi adalah majas yang melukiskan suatu benda

menggunakan sifat-sifat manusia sehingga benda mati seakan-akan hidup. Contoh: awan menari-nari di angkasa, mobil terbatuk-batuk.

- 4) Majas Perumpamaan (Majas Asosiasi) adalah perbandingan dua hal yang berbeda, tapi dinyatakan sama. Contoh: bagaikan harimau pulang kelaparan, seperti menyulam di kain lapuk.
- 5) Majas Antilexis adalah perbandingan dua hal yang berlawanan. Contoh: Air susu dibalas dengan air tuba.
- 6) Majas Hiperbola adalah gaya bahasa yang bersifat melebih-lebihkan. Contoh: Ibu terkejut setengah mati ketika mendengar anaknya mengalami kecelakaan.
- 7) Majas Ironi adalah gaya bahasa yang bersifat menyindir dengan halus. Contoh: Bagus sekali tulisanmu, sampai-sampai tidak bisa dibaca.
- 8) Majas Litotes adalah gaya bahasa yang mengecilkan kenyataan dengan tujuan merendahkan hati. Contoh: Mampirilah ke gubuk saya (padahal rumahnya besar dan mewah).
- 9) Majas Sinisme adalah gaya bahasa yang menyatakan sindiran secara langsung. Contoh: Perilakumu membuatku kesal.
- 10) Majas Oksimoron adalah gaya bahasa yang antar bagiannya menyatakan hal yang bertentangan. Contoh: Cinta membuatnya bahagia, tapi juga membuatnya menangis.
- 11) Majas Metonimia adalah gaya bahasa yang menggunakan nama atau merek untuk menyebutkan sebuah benda. Contoh: Kami ke rumah Nenek naik Kijang.
- 12) Majas Alusio adalah gaya bahasa yang menggunakan peribahasa atau kata-kata yang artinya diketahui umum. Contoh: Upacara ini mengingatkanku pada proklamasi kemerdekaan tahun 1945.

- 13) Majas Eufemisme adalah gaya bahasa yang menggunakan kata-kata atau ungkapan halus atau sopan. Contoh: Para tunakarya itu perlu diperhatikan.
- 14) Majas Elipsis adalah gaya bahasa yang menghilangkan suatu unsur kalimat. Contoh: Kami ke rumah Nenek (predikat “pergi” dihilangkan).
- 15) Majas Inversi adalah gaya bahasa yang dinyatakan dengan pengubahan susunan kalimat. Contoh: Aku dan dia telah bertemu > Telah bertemu aku dan dia.
- 16) Majas Pleonasme adalah gaya bahasa yang menggunakan kata-kata secara berlebihan dengan maksud menegaskan arti suatu kata. Contoh: Mari naik ke atas untuk melihat pemandangan.
- 17) Majas Antiklimaks adalah gaya bahasa yang menyatakan beberapa hal secara berturut-turut, makin lama makin turun tingkatnya. Contoh: Para bupati, para camat, dan para kepala desa.
- 18) Majas Klimaks adalah gaya bahasa yang menyatakan beberapa hal secara berturut-turut, makin lama makin tinggi tingkatnya. Contoh: Anak-anak, remaja, dewasa, dan lanjut usia.
- 19) Majas Retoris adalah gaya bahasa berupa kalimat tanya yang jawabannya sudah diketahui. Contoh: Siapakah yang tidak ingin hidup?
- 20) Majas Aliterasi adalah gaya bahasa yang memanfaatkan kata-kata dengan bunyi awal sama. Contoh: Inikah indahnnya impian?
- 21) Majas Antanaklasis adalah gaya bahasa yang menggunakan kata yang sama dengan makna yang berbeda. Contoh: Ibu membawa buah tangan, yaitu buah apel merah.

- 22) Majas Repetisi adalah gaya bahasa yang menggunakan pengulangan kata sebagai penegasan. Contoh: Selamat tinggal pacarku, selamat tinggal kekasihku.
- 23) Majas Paralelisme adalah gaya bahasa yang mirip dengan repetisi, tapi disusun dalam baris berbeda. Contoh:
Hati ini biru
Hati ini lagu
Hati ini debu.
- 24) Majas Kiasmus adalah gaya bahasa yang menggunakan pengulangan sekaligus inverse. Contoh: Mereka yang kaya merasa miskin dan yang miskin merasa kaya.
- 25) Majas Simbolik adalah majas perbandingan yang melukiskan sesuatu lewat cara membandingkannya dengan benda lain. Contoh: Dia seorang lintah darat.
- 26) Majas Antonomasia adalah gaya bahasa yang menyebut nama seseorang atau sesuatu berdasarkan ciri atau sifat menonjol yang dimilikinya. Contoh: Si Pincang, Si Jangkung, Si Kribo.
- 27) Majas Tautologi adalah gaya bahasa yang melukiskan sesuatu menggunakan kata-kata dengan arti sama (bersinonim) untuk mempertegas makna. Contoh: Saya khawatir dan waswas dengannya.

RAHASIA 9:

Buat Aturan agar Anda Tidak Diatur

TEKNIK MEMBINGKAI AUDIENS AGAR MENURUTI INSTRUKSI ANDA

Setelah memutuskan pindah dari Manado ke Jakarta, saya menerima saran dari beberapa teman untuk membiasakan diri dengan kemacetan Jakarta. Saya pun mencoba menikmati hal yang sulit dinikmati itu. Menurut analisis saya, salah satu faktor kemacetan adalah tidak tertibnya para pengguna jalan.

Angkutan kota berhenti seenaknya sendiri, pengemudi motor berfokus mencari celah agar bisa cepat sampai di tujuan, belum lagi pengemudi roda empat yang tidak mau mengalah dan sedikit bersabar. Ruwet, macet, dan mumet. Inti masalah ini menurut saya adalah tidak adanya kepatuhan terhadap peraturan.

Kondisi sama bisa terjadi di seminar Anda. Jika Anda tidak bisa mengendalikan audiens, merekalah yang akan mengendalikan Anda. Bayangkan, Anda seorang diri harus memimpin dan mengendalikan 100, 300, atau bahkan 1.000 orang. Kalau tidak membuat peraturan di awal, Anda akan kesulitan di akhir.

Pada masa awal menjadi *trainer* saya mengabaikan hal ini,

hingga saya mengalami kasus yang memberi saya pelajaran berharga. Kala itu audiens sangat sulit diajak berpartisipasi, cenderung pasif, dan hanya sibuk dengan diri sendiri. Belajar dari pengalaman saya, Anda perlu membuat beberapa aturan di awal agar tidak terjadi kekacauan dan audiens mengikuti aturan main atau bingkai yang Anda buat.

Ada beberapa aturan dasar yang penting Anda sampaikan di awal serta mendapatkan persetujuan dari audiens untuk sama-sama patuhi. Dalam menyampaikan aturan Anda perlu menggunakan cara yang menyenangkan disertai alasan.

Istilah lain yang sering digunakan untuk teknik ini adalah *frame* atau membingkai audiens sehingga fokus mereka hanya berada di dalam bingkai itu dan mereka tahu batasan untuk mana yang boleh serta mana yang tidak boleh dilakukan selama presentasi berlangsung.

Cara penyampaian aturan kepada audiens:

- Jelaskan alasan aturan dibuat, pastikan itu untuk kebaikan audiens
- Sampaikan dengan bahasa tubuh dan kata-kata yang bersahabat
- Tetapkan sanksi yang disepakati bersama bila ada yang melanggar aturan

BEBERAPA ATURAN DASAR DALAM PRESENTASI:

1. *Meminta audiens belajar dengan gembira*

Contoh cara menyampaikan 1:

“Bapak-Ibu, manusia punya dua belahan otak, yaitu otak kiri dan otak kanan. Otak kiri berfungsi di bidang bahasa, urutan, logika, dan angka, sedangkan otak kanan di bidang warna, kesadaran ruang, gambar, dan kreativitas.

Agar sukses, kita membutuhkan kreativitas. Setuju? Penelitian membuktikan hanya melalui proses belajar yang gembiralah otak kanan akan berfungsi maksimal dan menghasilkan kreativitas. Oleh karena itu, aturan main pertama kita saat ini adalah Anda harus belajar dengan gembira.”

Contoh cara menyampaikan 2:

“Bapak-Ibu, orang yang sukses adalah orang yang sedikit gila. Mereka dikatakan gila karena melakukan hal-hal di luar kebiasaan orang kebanyakan, atau tidak melakukan apa yang dilakukan oleh mayoritas orang. Oleh karenanya, mereka juga memperoleh hasil yang tidak diperoleh mayoritas orang.

Omong-omong, gila muncul karena adanya kesepakatan. Contohnya, seluruh penduduk Afrika sepakat tidak mengenakan baju. Kalau datang ke sana mengenakan baju, Anda akan dianggap orang gila. Sebaliknya, seluruh orang di ruangan ini sepakat mengenakan baju sehingga kalau Anda nekat datang dalam kondisi bugil, Anda akan dianggap orang gila.

Untuk bisa memperoleh manfaat 100% dari seminar ini, Anda harus belajar dengan gembira, setuju? Baik, seluruh peserta dan seisi ruangan ini setuju belajar dengan gembira.

Berarti, kalau dalam prosesnya ada yang belajar dengan sedih, dia orang...?”

2. *Meminta audiens mematikan HP*

Contoh cara menyampaikan:

“Bapak-Ibu, saya sangat kagum kepada Anda yang mau menginvestasikan waktu, tenaga, dan uang untuk datang ke seminar ini. Tepuk tangan untuk Anda semua. Saya pribadi juga sangat ingin memberikan yang terbaik kepada Anda dalam proses belajar ini. Oleh karena itu, setujukah Anda sebelum saya mulai kita singkirkan dulu hal-hal yang sering membuat kita tidak bisa berfokus?

Salah satunya HP. Nah, sekarang tolong keluarkan HP Anda dan matikan, atau minimal *silent*. Ada dua alasan penting HP Anda harus mati. Pertama, agar Anda bisa berfokus dan tidak mengganggu tetangga di kiri-kanan Anda. Kedua, agar tidak mengganggu pembicara. Saya punya kebiasaan buruk kalau ada HP berbunyi, saya lupa apa saja yang sudah saya sampaikan dan mengulanginya dari awal. Bayangkan, seminar kita hari ini sampai jam 6 sore. Kalau 1 menit sebelum jam 6 ada HP berbunyi, mohon maaf, karena lupa, saya akan ulangi dari awal sehingga Anda pulang jam 12 malam.

Baik, semua sepakat untuk mematikan HP, setuju? Kalau masih ada HP yang berbunyi, hukuman apa yang kita berikan kepada pemiliknya? *Nyanyi* sambil goyang, setuju? Sekali lagi, kalau ada HP yang berbunyi, pemiliknya kita hukum bernyanyi di depan ruangan sambil bergoyang *ngebor*, patah-patah, dan gergaji.”

3. *Meminta audiens memberikan respons*

Contoh cara menyampaikan:

“Bapak-Ibu, menurut hasil penelitian, bila dalam setiap seminar atau pelatihan yang Anda ikuti Anda hanya membaca materi yang diberikan, Anda hanya akan ingat maksimal 10% dari materi yang disampaikan. Jika Anda mendengarkan materi yang disampaikan, Anda akan ingat maksimal 20% dari materi yang disampaikan. Kalau Anda melihat *slide*, mendengarkan pembicara, dan melihat *flip chart*, Anda akan mengingat maksimal 30% dari materi yang disampaikan. Dan jika Anda mau berpartisipasi dengan memberikan respons, Anda akan mengingat lebih dari 30% materi yang disampaikan. Jadi, mari kita sepakat untuk berpartisipasi aktif dengan merespons apa yang saya sampaikan.”

RAHASIA 10:

Menjawab Pertanyaan Sulit

” DUA OTAK LEBIH BAIK DARI SATU OTAK. KARENANYA, JIKA ANDA TIDAK TAHU, GUNAKANLAH PENGETAHUAN ORANG LAIN.

TEKNIK MENJAWAB PERTANYAAN

Salah satu hal yang paling ditakuti orang saat menjadi pembicara adalah tidak bisa menjawab pertanyaan yang diajukan audiens sehingga terkesan sebagai orang yang tidak kompeten. Keharusan mengetahui segala hal atau bisa menjawab semua pertanyaan yang diajukan audiens sebenarnya merupakan standar tinggi yang dibuat oleh diri kita sendiri. Ya, kitalah yang mengharuskan diri bisa menjawab semua pertanyaan, walaupun sangat tidak mungkin melakukannya karena tidak ada seorang manusia pun yang mengetahui segala sesuatu.

Sebetulnya, tugas Anda sebagai pembicara, selain memberikan informasi mengenai topik yang Anda bahas, juga menjadi pemimpin seminar itu agar bisa berjalan dengan baik. Jadi, saat ada perta-

nyaan yang diajukan kepada Anda dan tidak bisa Anda jawab, Anda bisa melemparkannya ke audiens, siapa tahu mereka memiliki pengalaman, ide, atau pengetahuan yang berhubungan dengan pertanyaan itu.

Berikut struktur cara menjawab pertanyaan secara elegan.

Pertama, tanyakan nama penanya.

Manusia mengenal yang dinamakan Hukum Timbal Balik. Sebagai contoh, saat Anda berulang tahun teman Anda memberikan kado. Saya yakin Anda akan berusaha memberikan kado saat teman Anda itu berulang tahun. Oleh karena itu, strategi pertama adalah mengenal dengan jelas siapa penanya dengan mengetahui namanya. Secara psikologis, orang sungkan memojokkan orang lain bila sudah saling mengenal.

Contoh:

Saat ada orang yang mengangkat tangan untuk bertanya, katakan, “Bagus sekali, silakan perkenalkan diri dulu dengan menyebutkan nama Anda,” atau “Ada pertanyaan dari seorang ibu. Sebelum bertanya, bisa tolong sebutkan nama Ibu?”

Kedua, ulangi pertanyaan.

Hasil penelitian menunjukkan respons yang diberikan seseorang atas rangsangan yang datang, bila di bawah 6 detik, merupakan spontanitas yang datang dari emosi dan tidak dipikirkan lebih dahulu. Otak perlu waktu berpikir selama kurang lebih enam sampai sepuluh detik untuk mengolah informasi yang masuk. Untuk memberi kesempatan otak berpikir, beri jeda yang cukup antara waktu bertanya dan waktu menjawab, dengan mengulangi pertanyaan yang diajukan.

Selain memberi kesempatan kepada otak untuk berpikir, mengulangi pertanyaan berguna untuk menyamakan persepsi antara Anda dan penanya sehingga jawaban yang Anda berikan benar-benar yang dimaksudkan oleh penanya, juga agar orang lain yang berada di sisi lain ruangan mendengarkan pertanyaan yang diajukan dan tidak mengajukan pertanyaan yang sama.

Contoh:

Ada yang mengangkat tangan untuk bertanya.

Anda : "Ya, Bapak, tolong sebutkan nama Anda?"

Penanya : "Nama saya Denni Darsono."

Anda : "Oke, silakan pertanyaan Anda, Pak Denni."

Penanya : "Pak Ongky, apa yang harus saya lakukan kalau ada orang yang bertanya dan saya tidak mengetahui jawaban pertanyaan itu?"

(Beri kesempatan bagi otak Anda untuk berpikir dan pastikan pertanyaan ini didengar oleh peserta lain.)

Anda : "Baik, Bapak dan Ibu sekalian. Ada pertanyaan yang sangat bagus dari Pak Denni. Saya akan ulangi pertanyaannya, kalau saya salah tolong dimalat, Pak Denni."

(Ulangi pertanyaan Pak Denni kepada seluruh audiens dengan menatap seluruh audiens, bukan hanya Pak Denni.)

Anda : "Anda bertanya apa yang harus dilakukan bila ada orang yang bertanya dan Anda tidak mengetahui jawaban pertanyaan itu. Betul begitu, Pak Denni?"

(Kembali menatap Pak Denni untuk mengonfirmasi pertanyaan.)

Penanya : Betul, Bapak Ongky.

Ketiga, sentuh ego penanya dengan memberikan tepuk tangan sehingga dia merasa dihargai.

Contoh:

Anda : "Ya, Pak, tolong sebutkan nama Anda."

Penanya : "Nama saya Denni Darsono."

Anda : "Oke, silakan pertanyaan Anda, Pak Denni."

Penanya : "Pak Ongky, apa yang harus saya lakukan bila ada orang yang bertanya dan saya tidak mengetahui jawaban pertanyaan itu?"

(Beri kesempatan bagi otak Anda untuk berpikir dan pastikan pertanyaan itu didengar oleh peserta lain.)

Anda : "Baik, Bapak-Ibu sekalian. Ada pertanyaan yang sangat bagus dari Pak Denni. Saya akan ulangi pertanyaannya, kalau saya salah tolong dinalar, Pak Denni."

(Ulangi pertanyaan Pak Denni kepada seluruh audiens dengan menatap seluruh audiens, bukan hanya Pak Denni.)

Anda : "Anda bertanya apa yang harus dilakukan kalau ada orang yang bertanya dan Anda tidak mengetahui jawaban pertanyaan itu. Betul begitu, Pak Denni?"

(Kembali menatap Pak Denni untuk mengonfirmasi pertanyaan.)

Penanya : "Betul, Pak Ongky."

Anda : "Tolong beri tepuk tangan untuk Pak Denni atas pertanyaan yang baik sekali."

Beberapa hal yang perlu diperhatikan saat proses ini berlangsung:

1. Ulangi pertanyaan untuk semua orang, bukan hanya si penanya.

2. Jawaban pertanyaan juga ditujukan kepada seluruh audiens, bukan hanya penanya.
3. Kalau ada moderator, jelaskan kepada moderator sesaat sebelum acara untuk:
 - Menanyakan nama penanya
 - Mengulangi pertanyaan untuk seluruh audiens
 - Setelah Anda menjawab pertanyaan, hindari bertanya balik apakah penanya puas dengan jawaban karena puas itu relatif.

Contoh yang salah:

Moderator: Bagaimana, Pak Denni, Anda puas dengan jawaban yang diberikan oleh Pak Ongky?

Contoh yang benar:

Moderator: Pak Denni, Anda sudah mendengar jawaban yang bagus sekali dari Pak Ongky. Semoga bermanfaat.

MENJAWAB PERTANYAAN TANPA JAWABAN

Kalau Anda sendiri tidak bisa menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penanya, Anda menjalankan fungsi Anda yang kedua, yakni menjadi pemimpin acara dengan cara melibatkan peserta lain.

Ada beberapa cara yang dapat Anda lakukan untuk mengatasinya sehingga acara tetap berjalan dengan baik dan Anda tetap dihormati oleh audiens.

Cara pertama, bertanya langsung kepada audiens apakah mereka memiliki pengalaman yang sama dan ingin berbagi.

Contoh:

Anda : Bapak-Ibu sekalian, ada pertanyaan yang sangat bagus dari Pak Denni. Apakah ada di antara Bapak-Ibu yang pernah memiliki pengalaman sama dan ingin berbagi tip mengenai apa yang Bapak-Ibu lakukan saat itu?

Cara kedua, minta audiens lain mendiskusikan pertanyaan dengan membentuk kelompok beranggotakan tiga atau lima orang, tergantung jumlah audiens yang hadir.

Contoh:

Anda : Bapak-Ibu sekalian, ada pertanyaan yang sangat bagus dari Pak Denni. Saya lihat hal ini layak kita bahas bersama. Untuk itu, sekarang kita akan membentuk kelompok beranggotakan lima orang yang duduk satu deret. Tolong diskusikan kira-kira apa yang akan Anda lakukan kalau menghadapi situasi seperti Pak Denni. Silakan, saya beri waktu 10 menit.

Setelah diskusi selesai, minta jawaban dari masing-masing kelompok dan buat kesimpulan darinya.

Cara ketiga, bersikap jujur. Anda bisa secara jujur mengatakan bahwa Anda tidak memiliki jawaban untuk pertanyaan yang diajukan dan minta waktu untuk mencarinya.

Contoh:

Anda : Pak Denni, ini pertanyaan yang sangat bagus. Saat ini saya sendiri belum memiliki jawaban yang tepat untuk Anda. Tolong SMS-kan ke saya di nomor 021 362 46123 alamat e-mail Anda, dan saya usahakan minggu depan akan memberikan jawabannya. Bapak-

Ibu sekalian, sekali lagi berikan tepuk tangan yang meriah untuk Pak Denni.

METODE REST SEBAGAI CARA AMPUH MENJAWAB PERTANYAAN

REST adalah metode yang sangat efektif untuk menjawab pertanyaan. Metode ini dibagi dalam empat langkah:

R—Respond directly

Berikan jawaban langsung atas pertanyaan dari penanya, dan hindari memberikan jawaban yang berputar-putar

E—Explain with an example

Berikan jawaban dengan menggunakan satu contoh

S—Stop talking

Berhenti bicara saat Anda sudah menjawab pertanyaan; jangan pernah bertanya apakah penanya puas atau memahami jawaban Anda

T—Take the next question

Alihkan fokus Anda ke pertanyaan berikutnya

Hal lain yang perlu Anda perhatikan adalah bila setelah Anda menjawab pertanyaan si penanya mengangkat tangan untuk minta kesempatan bertanya lagi. Berdasarkan pengalaman saya, jika ini terjadi, besar kemungkinan dia akan menyanggah jawaban Anda. Dalam situasi ini, ada beberapa cara yang biasanya saya lakukan:

1. Tidak memberikan kesempatan lagi kepada penanya itu dengan berkata, "Saat ini kita akan berikan kesempatan kepada orang lain untuk bertanya."
2. Melanjutkan materi dan mengabaikan penanya itu dengan berkata, "Baik, saya akan lanjutkan karena materi masih banyak."
3. Menjelaskan bahwa waktu Anda terbatas dan masih banyak materi yang perlu Anda bahas. Jika penanya mau mendiskusikan beberapa hal, dia bisa menemui Anda seusai acara. Anda bisa berkata, "Pak Denni, saya tahu Anda masih ingin menanyakan beberapa hal. Karena materi masih banyak, saya akan lanjutkan dulu. Anda bisa bertanya secara pribadi saat acara selesai. Terima kasih atas pengertian Anda."

RAHASIA 11:

Mengatasi Keadaan Darurat

**” KITA TIDAK DAPAT MENGETAHUI
APA YANG AKAN TERJADI DI
DEPAN KITA, TAPI KITA DAPAT
MENGANTISIPASI APA YANG AKAN
TERJADI DI DEPAN KITA.**

TETAP MEMEGANG KENDALI DALAM SITUASI TAK TERKENDALI

Teman saya, seorang *trainer* berpengalaman, bercerita tentang pengalamannya yang paling berkesan selama memberikan *training*. Suatu hari dia diundang memberikan *training* di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang properti. Karena teman saya ini lama berkecimpung di bidang itu, tentu mudah baginya untuk menyusun serta memaparkan secara mendetail materi *training* yang dia berikan.

Saat dia tiba di tempat *training* dan acara akan segera dimulai, barulah dia menyadari bahwa materi *training* yang dia buat semalam tidak tersimpan di laptopnya. “Awalnya, saya panik,” kata teman saya. Namun, dia bisa mengatasi situasi dengan mengubah

konsep *training* itu menjadi diskusi dan *brain storming*. Isu yang dilemparkan dicari jalan keluarnya bersama.

Belajar dari pengalaman teman saya itu, saya selalu mempersiapkan diri menghadapi kondisi terburuk yang mungkin terjadi saat *training*. Kondisi-kondisi yang perlu Anda antisipasi yaitu:

1. Lampu padam
2. Laptop atau LCD Rusak
3. Materi hilang dari laptop
4. Laptop terkena virus
5. AC tidak dingin
6. Peserta terlalu banyak
7. Peserta terlalu sedikit
8. *Sound system* rusak
9. MC tidak datang

Solusi umum untuk semua masalah itu:

Datang 30 menit lebih awal. Kalau datang lebih awal, Anda punya banyak waktu untuk mengetes LCD, laptop, mikrofon, *sound system*, dan AC. Jika peralatan itu tidak bekerja sebagaimana Anda harapkan, Anda punya waktu untuk menggantinya. Hal ini bisa Anda lakukan sendiri atau minta asisten Anda melakukannya.

Solusi khusus untuk masalah-masalah itu:

1. Lampu padam

- Kalau terjadi di hotel dan hanya padam beberapa menit, Anda bisa minta *audience* bernyanyi, memberi *toilet break* selama 5 sampai 10 menit, atau minta *audience* berdiskusi dengan orang di sebelahnya.
- Jika lampu padam dalam waktu lama, Anda bisa meneruskan presentasi.

Saya pernah membawakan seminar hipnosis di Manado. Dua puluh menit seminar berlangsung, lampu tiba-tiba mati. Karena seminar itu berlangsung di kantor kami dan kala itu memang kantor kami mendapat jatah pemadaman listrik, saya mengambil inisiatif tetap melanjutkan seminar di bawah penerangan lampu *emergency*. Jika seminar berlangsung di hotel, lampu rata-rata hanya akan padam sekitar 1 sampai 2 menit, jadi Anda tidak perlu terlalu merisaukannya.

2. Laptop atau LCD rusak

Anda bisa menyewa laptop atau LCD di hotel atau melakukan presentasi tanpa laptop.

3. Materi di laptop hilang

Tetap lanjutkan presentasi tanpa laptop. Untuk mencegah hal ini, lakukan *triple backup*, yaitu materi presentasi disimpan di laptop dan *flash disk/external harddisk*, juga diprint. Dengan demikian, kalau laptop bermasalah, Anda bisa menggunakan laptop lain atau menggunakan *print out* sebagai pedoman presentasi. Selain itu, satu hari sebelum memberikan presentasi pastikan *file* ada di laptop. Cek ulang, jangan hanya berasumsi *file* sudah ada di laptop.

4. Laptop kena virus

Solusi untuk masalah ini sama dengan masalah sebelumnya.

5. AC tidak dingin

Untuk mengatasi masalah ini, buat jarak bangku antarpeserta lebih jauh, berikan *break* lebih sering (setiap 30 menit), adakan permainan kipas-kipas (setiap peserta saling mengipasi) saat

break, sewa AC tambahan bila waktu masih panjang, atau sewa kipas angin.

6. **Peserta terlalu banyak**

Untuk mengatasi masalah ini bagi menjadi dua sesi dan tawarkan bonus CD Anda bagi audiens yang mau pindah sesi. Alternatif lain adalah membiarkannya tetap penuh. Kondisi *training* yang berdesak-desakan bisa menimbulkan efek positif, yakni energi atau antusiasme. Akan tetapi, kondisi ini juga harus ditunjang dengan kemampuan pendingin ruangan supaya ruangan tetap terasa nyaman.

7. **Sound system rusak**

Untuk mengatasi masalah ini, dekatkan tempat duduk audiens dengan panggung agar suara Anda bisa terdengar. Alternatifnya adalah turun dari panggung dan berdiri lebih dekat dengan audiens.

7. **MC tidak datang**

Untuk mengatasi masalah ini, lanjutkan acara tanpa menggunakan MC, latih staf hotel menjadi MC, atau bisa juga minta salah satu peserta menjadi MC.

8. **Peserta terlalu sedikit**

Untuk mengatasi masalah ini, gunakan meja bulat dan atur jarak antarmaja berjauhan, tidak perlu gunakan *theatre style*, bila memungkinkan pindah ke ruangan lebih kecil, dan lihat Rahasia 14.

Selain itu, atur tempat duduk untuk 60% undangan yang terjual dan tumpuk sisa tempat duduk di belakang. Hal ini berguna agar saat pengambilan foto ruangan terlihat padat atau terisi penuh, menimbulkan kesan *training* ramai. Selain itu, hal tersebut membuat audiens mau tidak mau duduk di depan karena tempat duduk terbatas. Hal ini juga membangun efek positif dan memberi kesan peminat seminar banyak sehingga tempat duduk harus ditambah beberapa kali.

RAHASIA 12:

Dress for Success

DALAM 3 DETIK ORANG BISA MEMUTUSKAN MENYUKAI ATAU TIDAK MENYUKAI ANDA.

KESAN PERTAMA TAK TERLUPAKAN

Dalam waktu kurang dari 3 detik seseorang dapat memutuskan apakah dia menyukai atau tidak menyukai Anda. Walaupun terasa subjektif, keputusan atau penilaian yang telanjur dibuat itu akan menjadi identitas Anda di mata orang lain. Membangun citra diri di hadapan audiens adalah hal penting. Anda perlu selalu memperhatikan:

1. **Atasan dan bawahan**

Gunakan pakaian atasan berwarna cerah, seperti putih atau biru muda. Padukan dengan bawahan warna hitam.

Anda bisa membuat pengecualian kalau ingin memberikan kesan spesial. Misalnya Anda mengajar mengenai hipnosis dan sengaja memakai pakaian hitam-hitam untuk menciptakan kesan “mistis”.



2. Jas

Pastikan jas Anda disetrika dan tidak berbau. Perhatikan juga kerah jas, pastikan rapi.



3. Dasi

Sesuaikan warna dasi dengan warna celana. Atur ujung dasi agar tepat berada di atas ikat pinggang Anda, dan pastikan dasi tidak terlalu panjang dan kecil.

4. Tas

Pastikan tas laptop Anda bersih dan tidak berisi barang-barang yang tidak penting.

5. Sepatu



Semir sepatu sebelum mengenakannya di panggung. Sebaiknya Anda tidak menggunakan sepatu baru atau yang baru pertama kali Anda pakai karena akan mengganggu gerak Anda bila ternyata sepatu itu tidak nyaman. Pilihlah sepatu dengan hak rendah atau tanpa hak sama sekali agar betis tidak terasa pegal.

6. Laptop

Bersihkan tampilan luar laptop. Bila memungkinkan, gunakan laptop merek terkenal dan pisahkan laptop kerja dengan laptop presentasi.



7. Kaus kaki

Gunakan kaus kaki baru agar Anda merasa nyaman dan pastikan kaus kaki itu tidak bolong serta tidak berbau.

8. Kuku tangan

Selalu gunting kuku tangan dan kaki sebelum presentasi.

Hindari mengganti tinta printer atau melakukan pekerjaan yang akan menyisakan noda di tangan Anda menjelang presentasi.

9. Bau badan

Gunakan deodoran dan parfum dengan aroma lembut, serta kenakan kaus dalam baru.

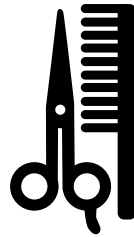


10. Rambut

Rapikan potongan rambut Anda dan gunakan minyak rambut dengan aroma lembut agar tatanan rambut tetap terjaga selama presentasi.

11. Kumis dan janggut

Perhatikan kerapian kumis dan janggut. Rapikan bulu hidung agar tidak terlihat keluar dari hidung.



RAHASIA 13:

Showmanship

I'M AN ACTOR

Saat bicara di depan umum, Anda ibarat sedang bermain sandiwara. Pesan yang Anda sampaikan harus bisa diterima dengan jelas oleh audiens. Oleh karenanya, Anda perlu memiliki kemampuan akting untuk memastikan pesan Anda tersampaikan dengan baik.

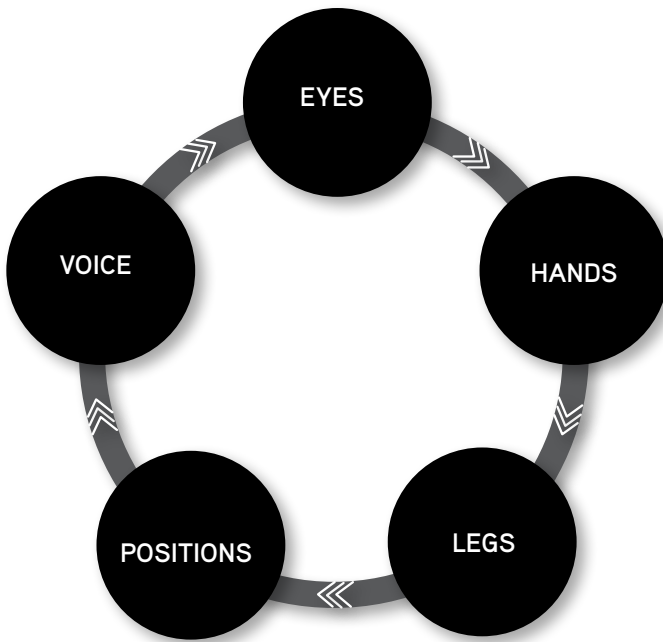
Ibarat seorang aktor selalu melatih kemampuan aktingnya, *public speaker* juga perlu melatih bahasa tubuh. Inti komunikasi yaitu:

- 55% bahasa tubuh

- 38% kualitas suara

- 7% kata-kata

Ada lima unsur yang perlu Anda perhatikan agar bahasa tubuh Anda memberikan kesan menarik bagi audiens.



EYES

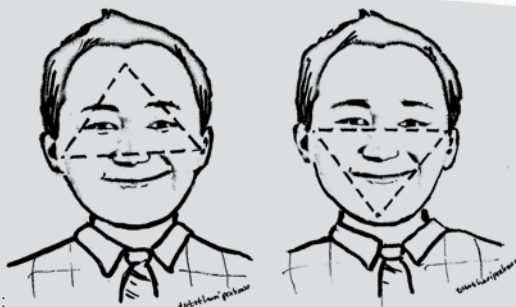
Jika ingin menjadi pembicara yang luar biasa, salah satu hal penting yang harus Anda pelajari adalah cara melakukan kontak mata secara efektif dan sesering mungkin kepada audiens. Dengan demikian, audiens akan merasa diperhatikan serta diakui keberadaannya.

Kesalahan yang sering dilakukan:

- Melihat ke lantai atau ke atap
- Hanya melihat kepada satu atau dua orang yang disukai atau menyukainya
- Terlalu banyak melihat catatan atau *slide*

Tip memanfaatkan pandangan mata:

- Jika berbicara di kelompok kecil, lakukan kontak mata ke seluruh audiens
- Jika berbicara di kelompok besar, lakukan kontak mata ke setiap bagian kelompok (kiri depan, tengah dan belakang, kanan depan, tengah dan belakang)
- Tahan tatapan di setiap individu selama 2 sampai 4 detik
- Pastikan tidak terlalu lama menatap seseorang agar dia tidak merasa takut, gugup, atau canggung
- Arahkan pandangan ke tubuh bagian atas atau mata audiens
- Catat poin-poin penting Anda di sehelai kertas dalam bentuk *mind mapping* sehingga Anda tidak perlu membolak-balik kertas materi
- Biasakan tidak selalu melihat materi, apalagi saat Anda akan menceritakan kisah lucu atau menekankan poin penting.



CATATAN:

Saat berbicara di hadapan audiens, cara termudah untuk memutuskan kontak mata adalah dengan mengalihkan pandangan ke orang lain dalam kelompok. Namun, kalau Anda

tetap ingin menatap wajah seseorang selama lebih dari empat detik, Anda dapat memalingkan tatapan dari mata ke mulut atau dahinya (area segitiga di gambar).

HANDS

Walaupun ada banyak bahasa yang digunakan orang di seluruh dunia, kita bisa saling memahami dengan bahasa isyarat menggunakan tangan. Walaupun mungkin satu gerakan memiliki beberapa arti karena adanya perbedaan budaya, kebanyakan gerakan tangan tetap memiliki arti yang sama. Sungguh luar biasa. Jika Anda mempelajari cara menggunakan gerakan tangan secara efektif, Anda bisa mengirimkan pesan secara jelas dan kuat sehingga langsung masuk ke pikiran bawah sadar serta otak primitif audiens.

Berikut jenis-jenis gerakan isyarat yang saya kutip dari buku *The Power of Public Speaking* karya Charles Bonar Sirait.

- a. *Deskriptif*: menggambarkan ukuran, bentuk, lokasi, angka dan kegunaan berbagai objek. Bisa dilakukan dengan berbagai gerakan tubuh.
- b. *Penegasan*: menegaskan apa yang sudah disampaikan. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan kesungguhan dan ketulusan pembicara. Contoh: merapatkan kelima jari tangan dan menggerakkan tangan secara vertikal seperti gerakan pisau mengiris sesuatu.
- c. *Saran*: melambangkan berbagai emosi dan gagasan. Contoh: bahu diangkat menggambarkan ketidaktahuan, telapak tangan terbuka melambangkan memberi atau menerima.
- d. *Dorongan*: membangkitkan respons audiens. Bila ingin mengajak audiens mengangkat tangan, bertepuk tangan, atau melakukan sesuatu, Anda perlu melakukannya terlebih dahulu.

GERAKAN TANGAN YANG BURUK:

- **Clicky-clicky**

Ketika berbicara, sering kali pembicara lupa memperhatikan tingkah laku mereka. Terkadang mereka menghabiskan lima menit atau lebih memencet-mencet bolpoin. Hal itu membuat fokus audiens teralih ke suara tersebut dan suara pembicara menjadi tidak jelas.



THE JAB

- **The Jab**, gerakan meninju udara memberi kesan terlalu memaksa dan agresif sehingga audiens merasa diserang. Perhalus hal itu dengan hanya melakukan *jab* pada poin-poin penting.

- **Irisan**, saat Anda mengatakan sesuatu secara berulang-ulang sambil membuat gerakan tangan seperti mengiris, hal itu menimbulkan kekakuan. Jadi-kan diri Anda “genius” dengan membuat variasi gerakan tangan.



IRISAN

- **The Wringer**

Salah satu gerakan tangan yang sering dilakukan oleh pembicara adalah menggenggam kedua tangan dan “memijat”-nya. Hal itu disebabkan oleh rasa gugup.

- **The Seven Minutes Itch**

Salah satu tanda kegugupan adalah membuat gerakan “menggaruk” atau gerakan-gerakan aneh, seperti memegang kerah baju, memegang kancing baju, dan menggaruk leher.

GERAKAN TANGAN YANG INDAH:

- **Finger Counting**, kalau ingin mengatakannya atau menguraikan tiga poin, mulailah menghitungnya menggunakan jari telunjuk sebagai poin pertama, jari tengah sebagai poin kedua, dan jari manis untuk poin ketiga. Hal itu juga akan membantu audiens mengikuti struktur dan mengingat poin-poin yang Anda bahas.



FINGER COUNTING



SOUND EFFECT

- **Sound Effect**, jika ingin menimbulkan efek pada "*key moment*" dalam presentasi, Anda bisa menepuk atau menjentikkan jari. Namun, jangan terlalu sering melakukannya karena bisa mengurangi efek penekanan yang ingin Anda timbulkan.

- **Cherry-Picking**, ini adalah gerakan tangan berupa melekatkan jari telunjuk dengan ibu jari untuk menekankan poin penting. Gerakan ini disebut demikian karena seperti memetik ceri. Dalam benak audiens, Anda seakan-akan sedang mencabut informasi spesifik.



CHERRY-PICKING



DEALING CARD

- **Dealing Card**, gerakan ini sempurna untuk mendapatkan persetujuan dari audiens. Buka kedua telapak tangan seakan-akan melempar kartu kepada audiens. Gerakan ini juga secara halus bermakna mempersilakan atau meminta keterlibatan audiens pada apa yang Anda sampaikan.



SPACE PUTTY

- **Space Putty**, bayangkan Anda bisa menggambarkan dengan tepat kepada audiens benda-benda yang Anda katakan tanpa LCD, *flipchart*, atau proyektor. Tentu luar biasa, kan? Kabar gembiranya, Anda memiliki kemampuan itu. Dengan menggunakan kedua tangan Anda bisa menggambarkan ukuran, bentuk, dan lokasi seperti yang Anda inginkan.

LEGS

GERAKAN KAKI YANG BURUK:

- **Jelly Legs**

Saat pertama kali berbicara di depan umum, mayoritas dari kita mengalami kegugupan yang ditandai dengan kaki yang gemetar. Bagaimana bisa berbicara dengan baik kalau berdiri tegak saja sulit karena gugup? Kaki ibarat fondasi yang

menopang tubuh Anda. Fondasi yang tidak kokoh akan membuat posisi berdiri Anda tidak kokoh dan tidak enak dilihat.

- **Michael Jackson Feet**

Ini adalah gerakan kaki yang tidak pasti dan tanpa arah jelas, seperti saat Anda terburu-buru ke toilet. Terkadang tidak bergerak jauh lebih baik daripada terlalu banyak gerakan tanpa maksud dan tujuan yang jelas.

- **The Rocking Horse**

Gerakan mondar-mandir ke kiri dan ke kanan atau maju mundur sambil berbicara akan membuat audiens tidak berfokus pada apa yang Anda katakan.

GERAKAN KAKI YANG INDAH:

- **Authority**

Tempatkan otoritas Anda sebagai pembicara di setiap kata yang Anda ucapkan dengan berbicara sambil mendekati audiens, bukan malah menjauhi mereka. Dorong mereka untuk berpikir dengan memberi mereka sentuhan, tapi jaga jarak agar posisi berdiri Anda tidak terlalu dekat dengan mereka.

- **Different Side of Stage**

Saat menyampaikan dua hal berbeda, Anda harus menandainya di dua sisi panggung yang berbeda pula. Contoh: saat menceritakan dialog antara Ali dan pemuka agama, posisikan Ali di sebelah kanan dan pemuka agama di sebelah kiri supaya dari posisi berdiri Anda audiens tahu Anda sedang menceritakan siapa.

- **Basic Position**

Basic position 1

Posisi ini tidak direkomendasikan oleh guru saya, lain Ewing, karena menurut beliau Anda terlihat aneh tanpa kedua tangan Anda. Namun, ini kadang terjadi tanpa Anda sadari karena Anda belum memiliki *basic position* yang benar. Ketidaktahuanlah yang membuat Anda otomatis menempatkan tangan di belakang tubuh.



Basic position 2

Ini posisi pemain sepak bola saat menghadapi tendangan bebas dari lawan. Seperti posisi 1, posisi ini juga tidak disarankan karena Anda terlihat gugup dan melindungi sesuatu.



Basic position 3

Terkadang tanpa sadar orang memasukkan tangan ke kantong celana. Lalu, masih tanpa sadar, mereka memainkan kunci, HP, atau benda-benda yang ada di dalam kantong serta menimbulkan suara yang mengganggu konsentrasi audiens.



Basic position 4

Posisi ini membuat Anda terlihat sebagai pribadi yang agresif sekaligus defensif. Sangat sulit melakukan gerakan tangan saat Anda dalam posisi melipat tangan.





Basic position 5

Posisi ini disebut “saya bos di sini”. Posisi ini menunjukkan pembicara sebagai figur yang amat dominan.



Basic position 6

Banyak orang merekomendasikan posisi ini, tapi sebenarnya posisi ini membuat Anda terlihat kecil, gugup, dan lemah. Gerakan tangan Anda pun sama sekali tidak terlihat.



Basic position 7

Posisi inilah yang saya rekomendasikan saat Anda berbicara di hadapan audiens. Coba praktikkan posisi ini dengan secara bergantian meletakkan tangan kanan dan kiri Anda di atas.

Anda juga bisa mencoba posisi seperti ini. Poin terpentingnya bukanlah tangan kanan atau tangan kiri yang berada di atas, tapi apakah Anda terlihat percaya diri dan bersahabat dengan audiens, serta apakah Anda merasa nyaman dengan posisi tangan itu.



Akan tetapi, ada beberapa posisi tangan yang harus Anda hindari, seperti:

1. Posisi ini terlihat terlalu kaku dan dibuat-buat. Posisi tangan seharusnya terlihat alami dan rileks.



Sekarang coba posisi tangan seperti ini →
Terlihat tidak bersahabat, ya?



Sekarang cobalah posisi tangan seperti ini →

Anda akan terlihat seperti membangun jarak dengan audiens



Anda juga perlu mencegah gerakan tangan "broken wrist" seperti ini →

Gerakan tangan ini terlihat terlalu lemah sehingga Anda tidak bisa menyampaikan pesan yang kuat kepada audiens.



2. Jika Anda terlalu banyak menggosok-gosokkan kedua tangan saat berbicara di depan audiens akan timbul kesan Anda merasa gugup.



Beberapa orang tanpa sadar membuat gerakan tangan seperti jembatan. Hal ini akan membuat mayoritas audiens memperhatikan, dan bukan berfokus pada wajah Anda.



VOICE

VOICE adalah akronim dari *Volume*, *O (gap)*, *Intonation*, *Clarity*, dan *Energy*. Kelima unsur itulah yang akan membentuk teknik vokal yang menarik sehingga pesan Anda bisa terkirim dengan baik ke audiens. Cara menyampaikan pesan melalui VOICE yaitu:

V Volume

Suara Anda harus bisa didengar oleh audiens yang duduk paling belakang. Saran saya, sebanyak apa pun audiens, Anda bisa menggunakan mikrofon untuk menambah volume suara. Itu penting jika Anda membawakan seminar setiap hari. Suara Anda akan terjaga dan tetap fit untuk seminar berikutnya

O Gap

Kurangi kata-kata seperti ooo, eee, ahhh dan latih agar bicara Anda lancar. Kelancaran berbicara juga ditentukan oleh seberapa besar Anda menguasai topik yang Anda bawaan. Semakin sering topik itu Anda bawaan akan semakin lancar Anda menyampaikannya. Berbeda dengan bila topik itu baru pertama kali Anda bawaan.

I Intonation

Intonasi adalah naik turunnya suara saat Anda berbicara. Mulai perhatikan tanda baca dan kata yang perlu Anda beri penekanan dalam pengucapannya. Rekam setiap kali Anda berbicara dan coba dengarkan apakah intonasi Anda sudah sesuai dengan pesan yang ingin Anda sampaikan. Jika belum, teruslah berlatih.

Ada tiga jenis intonasi yang sering kita temui:

1. *Robot voice* adalah suara dengan nada datar dan tanpa variasi (naik dan turun) intonasi sama sekali, layaknya robot yang diprogram untuk menyampaikan sesuatu.

2. *Dog talker* adalah intonasi yang sangat tinggi dalam durasi lama sehingga audiens merasa tidak nyaman.
3. *Storyteller* adalah intonasi berupa alunan naik dan turun saat mengisahkan cerita. *Storyteller* yang hebat sangat bervariasi dalam menggunakan intonasi, juga volume suara dan jeda antarkalimat.

C *Clarity*

Seberapa jelaskah pengucapan kata-kata yang keluar dari mulut Anda? seperti volume dan intonasi, Anda juga membutuhkan *clarity* agar pesan Anda dapat didengar dengan jelas oleh audiens. Berlatihlah mengucapkan kata-kata sulit, seperti konsekuensi dan konspirasi. Berlatih akan membuat Anda terbiasa mengucapkannya.

E *Energy*

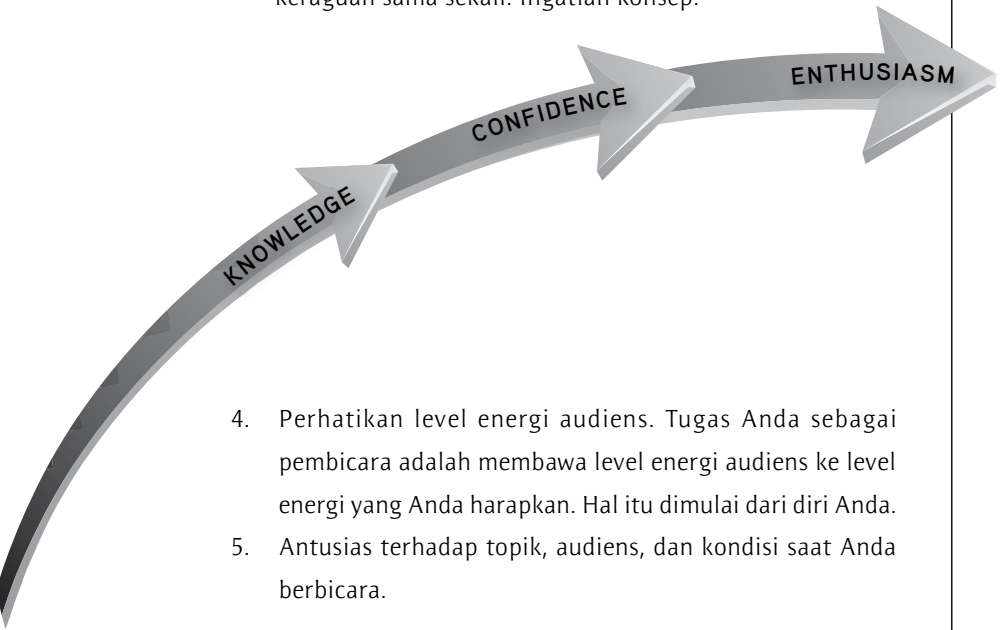
Mungkin Anda pernah mendapati pembicara yang menggunakan tangan, kaki, intonasi, dan kontak mata yang baik, tapi Anda tidak tertarik mendengarkannya. Mengapa? Bisa jadi karena energi pembicara itu kurang. Ya, pembicara yang tidak menunjukkan energi di setiap perkataannya tidak menarik didengarkan.

Energi dihasilkan dari kepercayaan diri yang Anda letakkan di setiap kata yang Anda ucapkan. Sarah Lloyd-Hughes dalam bukunya, *How to Be Brilliant at Public Speaking*, memberikan lima tip meningkatkan energi saat berbicara:

1. Perhatikan cara berdiri Anda. Cara berdiri yang benar berdampak pada oksigen yang masuk ke dalam diri Anda, yang akan berpengaruh pada energi Anda.
2. Percaya pada kemampuan Anda. Yakinlah Anda bisa melakukannya maka audiens pun akan merasa antusias

mendengarkan Anda. Semakin percaya diri Anda, semakin mudah Anda berbicara tanpa beban sehingga energi pun akan terpancar dari diri Anda.

3. Pahami dan kuasai topik Anda. Kalau Anda menguasai topik, nada suara Anda akan terdengar mantap dan tanpa keraguan sama sekali. Ingatlah konsep:



4. Perhatikan level energi audiens. Tugas Anda sebagai pembicara adalah membawa level energi audiens ke level energi yang Anda harapkan. Hal itu dimulai dari diri Anda.
5. Antusias terhadap topik, audiens, dan kondisi saat Anda berbicara.

Perlu diakui suara seseorang bisa menjadi *point of interest* luar biasa bagi pendengarnya. Semasa SMP, saya gemar mendengarkan siaran radio dan mengirim pesan kepada teman-teman. Di antara beberapa penyiar, ada seorang penyiar pria yang menjadi idola teman-teman saya karena suaranya begitu enak didengar. Mereka berasumsi wajah penyiar ini ganteng dan enak dilihat karena suaranya begitu enak didengar. Namun, mereka terkecoh karena apa yang mereka bayangkan ternyata berbeda dengan kenyataan yang mereka temui.

Demikian pula dalam *public speaking* suara perlu mendapat perhatian khusus. Walaupun belum ada ahli yang bisa merumuskan dengan tepat seperti apa suara yang baik itu, saya berpendapat suara yang bagus adalah suara yang mampu membuat orang yang mendengarnya merasa nyaman, atau dikenal dengan istilah *smiling voice*.

BEBERAPA HAL YANG BERKAITAN DENGAN TEKNIK VOKAL:

1. *Tone* atau nada suara perlu diperhatikan agar pendengar tidak cepat bosan mendengarnya. Untuk presentasi di dalam ruangan, *tone* berkisar dari do, re, dan mi. Pemilihan *tone* juga perlu memperhatikan jumlah peserta, tempat kegiatan, dan kondisi lingkungan tempat kegiatan berlangsung. Hal itu mencakup ada tidaknya *sound system* dan kualitas *sound system* tersebut. Sebagai gambaran, untuk kegiatan di kelas, suara pembicara harus bisa terdengar jelas oleh peserta yang duduk di kursi paling belakang.
2. *Power* atau kekuatan suara. Kekuatan suara yang dihasilkan harus sesuai dengan pemakaian kata. Pembicara juga perlu memperhatikan variasi kekuatan suara dan sifat acara, apakah dilakukan di dalam atau ruangan. Ada tidaknya dan kualitas *sound system* juga hal yang penting diperhatikan.
3. *Timbre* atau warna suara. Suara yang ekspresif akan sangat mudah memengaruhi pendengar
4. *Speed* atau tempo. Kecepatan suara perlu disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan. Adakalanya Anda perlu berbicara dengan tempo lambat, sedang, atau cepat. Ada juga saatnya berbicara dengan tempo yang variatif/dinamis.

5. Volume atau kepadatan suara. Hal ini berkaitan dengan jenis kegiatan yang akan dilaksanakan.
6. Napas. Berbicaralah menggunakan pernapasan perut karena suara yang dihasilkan lebih dalam, lebih kuat, dan terasa lebih enak didengar. Selain itu, panjang pendek napas juga perlu diperhatikan. Seorang *public speaker* minimal memiliki panjang napas 18 detik tanpa terputus.

Untuk mengoptimalkan suara ada beberapa latihan yang bisa dilakukan, yaitu:

1. *Latihan mengucapkan huruf, kata, dan kalimat.* Contoh: A, I, U, E, O. AA, II, UU, EE, OO. PAPA, PIPI, PUPU, PEPE, POPO. Masyarakat, Manusia, Pergaulan, Selamat Pagi, dan sebagainya.
2. *Latihan mengucapkan huruf demi huruf dengan benar.* Lakukan penekanan untuk huruf-huruf yang agak sulit dan sering salah diucapkan, seperti huruf F, V, dan P. Antara F dan V, pembedanya adalah ketika mengucapkan huruf F terasa embusan angin yang agak kuat, sedangkan pada huruf V, gigi bagian atas sedikit menyentuh bibir bagian bawah.
3. *Latihan menarik napas lalu menyuarkan huruf-huruf vokal secara bergantian.* Contoh: AAAAA sampai napas habis lalu ulangi. Rilekskan rahang dan biarkan terbuka. Bersiap-siaplah menguap dari tenggorokan. Hirup dan embuskan napas pendek, lalu naikkan kecepatan napas sampai Anda terdengar seperti terengah-engah. Suara engahan itu harus berasal dari diafragma. Letakkan tangan di bawah tulang dada dan rasakan geraknya.
4. *Rilekskan dan buka rahang Anda.* Hirup napas panjang lalu rasakan paru-paru Anda menekan tulang rusuk bagian bawah

di pinggang atas Anda, menekan dan meratakan diafragma yang melengkung.

5. *Nyalakan lilin ukuran kecil, lalu berlatih mengosongkan paru-paru secara perlahan dan sangat tenang.* Usahakan lakukan selama mungkin, antara 20 sampai 40 detik selama 4-5 kali. Tutup sesi latihan dengan meniup lilin dengan satu embusan keras yang dihasilkan oleh kontraksi diafragma yang sangat kuat.
6. *Latihan menyuarkan huruf vokal dari nada terendah sampai tertinggi.*
7. *Latihan bernapas dan bersuara dengan mengucapkan ERRSS.* Tarik napas dalam-dalam lalu keluarkan dengan mengucapkan ERRSS sampai napas habis. Ulangi sampai 10 kali setiap pagi. Latihan ini disebut juga latihan ban kempes. Tarik napas dalam 5 hitungan, tahan selama 5 detik, lalu keluarkan perlahan dan sehemat mungkin sambil mengeluarkan bunyi cissss atau ersss.
8. *Latihan bernyanyi dengan bergumam.* Ini berguna untuk melatih otot-otot di leher dan sekitar pita suara agar kuat dan lentur. Jika leher terasa panas atau tegang, hentikan latihan dan segera minum air putih.
9. *Latihan gumaman dasar dengan menggumamkan huruf M.* Tarik napas dalam-dalam, tahan 1 detik, lalu keluarkan sambil menggumamkan huruf M. Ulangi selama 5 sampai 10 kali. Lalu, berlatih dengan menaikkan nada secara teratur, mulai dari do, re, mi, fa, so, la si do sebanyak 5 kali dan mulai gumaman dari nada tertinggi ke terendah, do, si, la, so, fa, mi, re, do sebanyak 5 kali juga.

10. *Latihan berbicara bersama deru ombak.* Teknik ini biasanya dipakai oleh orang yang sedang berlatih menjadi orator, tapi bisa juga dipakai untuk jenis *public speaking* lainnya. Latihan ini adalah melatih kemampuan kita mengontrol suara, mengasah volume dan kekuatan suara, serta melatih kesabaran.

RAHASIA 14:

Penataan Tempat Duduk

TIPUAN KAMERA

Di setiap seminar yang saya adakan, salah satu faktor yang selalu saya perhatikan adalah *layout*. Hal ini penting karena beberapa alasan sebagai berikut:

- *Layout* yang keliru akan memberikan kesan negatif. Sebagai contoh, Anda menyediakan 400 tempat duduk, sementara peserta yang hadir hanya 150 orang. Ini akan memberi kesan seminar Anda sepi.
- Sebaliknya, target Anda 400 orang dan yang datang 150 orang, sedangkan tempat duduk yang diatur hanya 100. Dengan demikian, panitia terus menambah tempat duduk sehingga memberi kesan kepada audiens bahwa seminar Anda ramai sampai-sampai panitia harus menambah tempat duduk.
- *Layout* yang benar akan berdampak pada hasil foto yang bagus, karena di kamera tidak terlihat ada tempat duduk yang kosong.

Poin yang perlu Anda perhatikan:

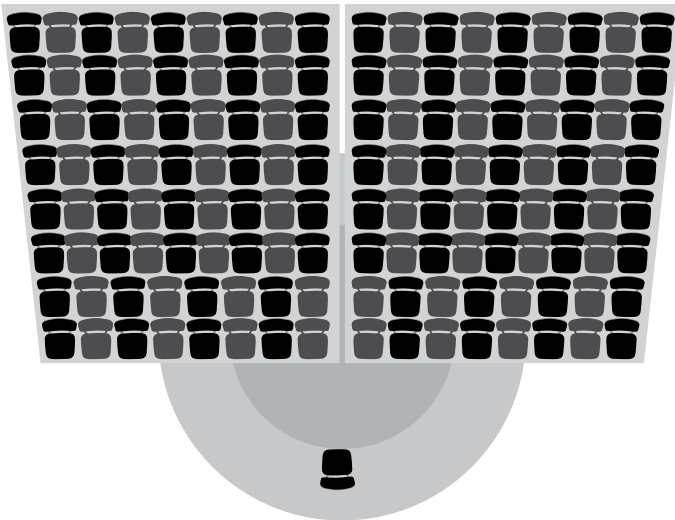
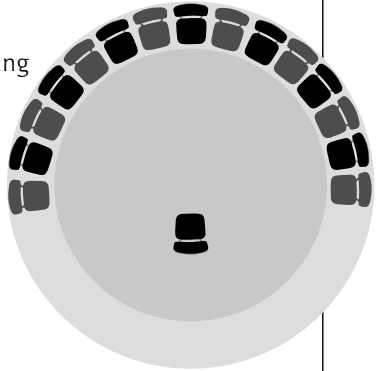
1. Atur tempat duduk hanya setengah dari jumlah tiket yang terjual. Misalkan tiket yang terjual 200, atur tempat duduk sebanyak 100 buah.

2. Susun sisa tempat duduk di samping ruangan agar sewaktu-waktu saat dibutuhkan bisa Anda tambahkan.

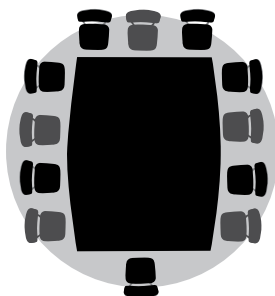
Berikut beberapa cara mengatur *layout* tempat duduk:

1. *Horseshoe* (10 sampai 30 orang)

Ini *layout* terbaik untuk grup kecil, yang memungkinkan audiens berinteraksi dengan mudah antara satu sama lain, khususnya untuk seminar atau *workshop* yang membutuhkan latihan berpasangan atau dalam kelompok.



2. *Theater* (50 sampai lebih dari 500 orang)
Formasi ini sangat bagus saat Anda ingin audiens berfokus pada pembicara.



3. *Boardroom* (2 sampai 25 orang)

Ini *layout* yang bagus untuk *workshop* dan seminar kecil, saat audiens perlu tempat untuk menulis.

RAHASIA 15:

Ingenious Interactivity

” SIAPA YANG BERTANYA, DIA
YANG MEMEGANG KUASA.

JADILAH TEMAN BELAJAR, BUKAN GURU

Mendengarkan terus-menerus akan membuat audiens lelah. Rata-rata orang hanya bisa berkonsentrasi selama sekitar 15 menit, lalu konsentrasi mereka buyar. Anda perlu mengembalikan konsentrasi mereka lewat cara berinteraksi dengan mereka. Tergantung jumlah dan kebutuhan audiens, serta kepercayaan diri dan penguasaan materi yang dimiliki pembicara, Sarah Lloyd-Hughes menjabarkan *ingenious interactivity* dalam buku *How to Be Brilliant at Public Speaking* menjadi empat level.

Interactivity Level 1: Rhetorical Interaction

Rhetorical Interaction memindahkan fokus audiens dari “apa yang pembicara katakan” ke “bagaimana saya bisa menerapkan apa yang dikatakan oleh pembicara”. Anda membuat mereka berpikir dan bertransformasi dari sekadar audiens menjadi pemelajar.

Beberapa metode berbeda *Rhetorical Interaction*:

a.) Rhetorical Questions

Contoh:

Bagaimana hal ini akan berdampak pada bisnis Anda?

Bagaimana perasaan Anda jika menjadi saya?

b.) *Applying a fact to audients*

c.) *Stimulating memory recall*

Contoh:

Kita semua di ruangan ini pasti pernah jatuh cinta. Ingatkah Anda saat pertama kali jatuh cinta?

Interactivity Level 2: Individual Task

Individual task bisa Anda lakukan dengan meminta audiens melakukan hal konkret dari topik yang Anda bahas. Anda mengarahkan proses belajar dari *one way information* ("Saya hanya mendengarkan dan menangkap informasi") menjadi *two way information* ("Saya juga terlibat dalam apa yang disampaikan pembicara").

- *Jenis individual task:*
 - Note taking:* formula sederhana untuk membuat audiens berpartisipasi adalah mendorong mereka membuat catatan. Mencatat mungkin teknik yang konvensional, tapi membantu audiens mengumpulkan sejumlah informasi bagi dirinya serta mengingat informasi yang disampaikan.
 - Anda bisa mendorong audiens mencatat dengan:
 - + meminta mereka membuat catatan: "Ada begitu banyak informasi yang akan saya sampaikan. Untuk itu, tolong Anda ambil buku catatan dan mulai catat hal-hal yang penting."
 - + mengulangi poin utama: "Ini *key point* kita, tolong Anda catat."
- *Kuis:* kuis memberi Anda gambaran seberapa jauh pemahaman audiens atas topik yang Anda sampaikan. Kuis juga menghi-

dupkan suasana persaingan di ruangan. Setelahnya, Anda bisa mendiskusikan jawaban-jawaban kuis itu.

- *Individual exercise*: untuk membuat audiens lebih memahami pembahasan Anda, buat mereka mempraktikkannya, misalnya dengan meminta mereka menjawab pertanyaan atau melengkapi diagram. Latihan sangat penting dalam suatu proses belajar.
- *Question and answer*: buka sesi tanya jawab yang memungkinkan audiens lebih mendalami topik Anda. Mungkin bagi sebagian pembicara hal ini tidak terlalu disukai. Namun, Anda tidak perlu khawatir tidak bisa menjawab pertanyaan jika sudah menguasai Rahasia 10: Menjawab Pertanyaan yang Sulit.

Interactivity Level 3: Information Sharing

Level ketiga teknik membuat audiens berinteraksi adalah menjalin hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Sejumlah penelitian menunjukkan hubungan yang terbina dengan baik antara pembicara dan audiens akan mempermudah audiens dalam proses mengingat kembali materi yang diajarkan. Saat Anda memutuskan menggunakan level ketiga ini, peran Anda akan berpindah dari pembicara menjadi fasilitator.

Sebagai fasilitator, Anda perlu memahami bahwa bersama-sama audiens Anda akan memperoleh lebih banyak informasi dibandingkan bila Anda sendiri yang menjadi sumber informasi. Selain itu, banyak orang sebetulnya suka berbicara dan membagikan sesuatu.

Jenis information sharing:

- *Pair share*: Diskusi secara berpasangan adalah cara yang efektif untuk tipe *Showman*. Anda bisa meminta audiens menuliskan

poin-poin yang dipelajari, lalu membentuk kelompok berdua-dua dan secara bergantian menceritakannya. Setelah itu, Anda bisa memberi kesempatan kepada audiens yang mau berbagi dengan seluruh audiens lain.

- *Facilitated discussion*: Dengan memfasilitasi audiens untuk berdiskusi, Anda menolong mereka mengekspresikan pemikiran dan ide mereka sehubungan dengan topik Anda.
- *Group task*: Bagi audiens ke dalam kelompok-kelompok kecil, lalu minta mereka mendiskusikan poin yang Anda bahas atau menjawab pertanyaan Anda.

Interactivity Level 4: Learning by Doing

Level terakhir ini lebih tinggi dari sekadar *information sharing*. Pada level ini Anda membawa audiens ke proses belajar dengan cara praktik.

- *Experiential games and simulations*: Anda bisa merancang permainan atau simulasi yang maknanya sesuai dengan poin atau topik yang Anda bahas.
- *Practice*: audiens langsung mempraktikkan poin yang Anda ajarkan sehingga mereka tidak sekadar tahu dan mengerti topik Anda, tapi juga bisa melakukannya. Contoh: Dalam *workshop* Public Speaking Mastery, setiap kali selesai membahas satu topik, saya mendemonstrasikan penerapan topik itu, lalu audiens mempraktikkannya secara bergantian.

RAHASIA 16:

Bicara Tanpa Persiapan

” JIKA ANDA GAGAL BERENCANA,
SEBETULNYA ANDA TELAH
BERENCANA UNTUK GAGAL.

TETAP PERCAYA DIRI WALAUPUN TANPA PERSIAPAN

Bayangkan Anda sedang duduk dalam resepsi pernikahan atau acara lain, lalu panitia datang menghampiri dan minta Anda memberikan kata-kata sambutan. Dunia Anda pasti langsung menjadi suram, keringat dingin membanjir, dan detak jantung Anda bertambah kencang, betul?

Alasan utama Anda mengalami hal itu adalah Anda tidak membuat persiapan. Namun, sebetulnya Anda tetap bisa berbicara tanpa persiapan jika mengetahui teknik berbicara tanpa persiapan. Teknik ini efektif untuk waktu bicara 10 sampai 15 menit. Teknik ini dinamakan *impromptu speech*, yaitu berbicara tanpa persiapan untuk mengantisipasi situasi mendadak sehingga Anda tetap bisa berbicara dengan terstruktur.

Akan tetapi, bukan berarti Anda selalu bisa berbicara tanpa persiapan. Tetaplah ingat bahwa *public speaking* itu ibarat pementasan teater yang butuh skenario agar bisa berjalan dengan baik.

7 TEKNIK IMPROMPTU:

1. *Teach a lesson*

Anda bisa menceritakan pengalaman yang akan menjadi pelajaran bagi audiens, tentunya disesuaikan dengan konteks.

Contoh:

"Saat akan berangkat ke sini, saya sudah duduk di mobil, tapi lalu tersadar bahwa HP saya tertinggal. Saya pun minta istri mengembilkannya, "Sayang, tolong ambikan HP di meja, ya." Karena tahu saya terburu-buru dan malas keluar mobil, istri saya masuk ke rumah dan beberapa menit kemudian keluar tanpa membawa HP yang saya maksud.

'Tidak ada,' katanya.

'Ada,' sahut saya, karena yakin betul meletakkannya di meja.

'Tidak ada, sudah saya cari di meja,' jawab istri saya dengan penuh keyakinan.

Saya pun keluar dari mobil dan berlari ke arah meja makan, diikuti oleh istri saya.

'Nah, ada kan, Sayang,' kata saya sambil menunjukkan HP itu.

"Oh, saya pikir di atas meja kerja."

Pantas saja tidak ketemu, karena meja yang saya maksudkan adalah meja makan, sementara istri saya mengira meja kerja.

Itulah yang disebut *miscommunication*. Kita pasti pernah mengalaminya, kan? Pada kesempatan ini saya akan membagi beberapa cara untuk menghindari *miscommunication*.

2. *Define a term*

Anda bisa membahas sebuah istilah atau definisi sebagai bahan pembicaraan.

Contoh, Anda diminta berbicara pada acara wisuda:

"Setiap orang di ruangan ini pasti ingin sukses, betul? Nah, sebelum membahas kesuksesan, saya ingin kita sama-sama sepakat tentang apa yang dimaksud dengan sukses. Walaupun dijabarkan dalam berbagai definisi, sebetulnya definisi sukses yang sederhana adalah mendapatkan apa yang kita inginkan. Saat Anda mendapatkan apa yang Anda inginkan, sebetulnya Anda telah memperoleh kesuksesan. Misalnya, kalau Anda ingin untuk lulus dari perguruan tinggi dan akhirnya bisa lulus, berarti Anda sukses...."

3. *Time line (past, present and future)*

Anda bisa membagi struktur atau isi pembicaraan dalam *time line* yang mencakup waktu lampau (*past*), saat ini (*present*), dan waktu yang akan datang (*future*).

Contoh, Anda diminta memberikan sambutan dalam pesta pernikahan:

Past: "Selain orangtua Rommy (pengantin pria), mungkin saya adalah orang yang paling mengenal pribadi Rommy. Bayangkan, saya dan Rommy selalu sekelas sejak SD sampai kuliah...."

Present: "Saat ini, di awal kehidupannya yang baru, menjadi kebanggaan bagi saya selaku sahabat memberikan sambutan...."

Future: "Dan tentunya kita semua memanjatkan doa ke hadirat Tuhan Yang Mahaesa agar keluarga baru ini tetap dikaruniai kerukunan, kebahagiaan, dan keturunan...."

4. *Problem/Solution*

Anda mengemukakan masalah serta solusi-solusi yang bisa dilakukan.

5. *Triangle—Magic of Three*

Anda membangun struktur atau isi pembicaraan Anda hanya dalam tiga poin. Sekali lagi, berapa pun poin yang Anda ingin sampaikan, sederhanakan hanya dalam tiga poin.

Contoh, Anda diminta memberikan sambutan dalam pesta pernikahan:

“Ada tiga poin penting dalam berumah tangga:

Pertama, Kesetiaan....

Kedua, Kasih....

Ketiga, Komunikasi....”

6. *Base your speech on a quotation*

Anda juga bisa menggunakan kutipan sebagai bahan pembicaraan. Akan tetapi, pastikan kutipan itu benar kata per kata karena mungkin ada audiens yang juga pernah mendengarnya. Sebaiknya kutipan itu juga jarang digunakan agar bisa membangkitkan rasa ingin tahu audiens.

Contoh, Anda diminta memberikan sambutan dalam pesta pernikahan:

“Dalam matematika cinta, satu tambah satu sama dengan segalanya dan dua dikurangi satu sama dengan tidak ada. Saat ini, kedua mempelai telah dipersatukan oleh ikatan pernikahan yang suci....”

7. *Begin with a interesting fact*

Anda bisa membuka pembicaraan dengan mengungkapkan fakta menarik yang jarang diketahui.



Siapa Ongky Hojanto?

"His teaching style is lively and focused, while still making his training fun and pleasurable. Ongky can make explanation and demonstration direct and easy to understand, creating a pleasurable training environment."

—Dr. William D. Horton, Psy.D

**Licensed Psychologist, Author, Master Trainer of NLP and
Hypnosis, Founder of The National Federation of NLP since
1993**



“He is able to impart his knowledge and skills with brevity of words;
a rare gift for professional trainers like Ongky.”

—Barney Wee

**Certified NLP Trainer of American Board of NLP,
Certified Time Line Therapy Trainer of Time Line Therapy,
Association Certified Hypnotherapy Trainer of American Board
of Hypnotherapy,
Certified NLP Training Consultant of Dilts Strategy Group
Has been trained by Dr. Tad James, Dr. Richard Bandler, Robert
Dilts, Judith Delozier and David Gordon.**

7 Manfaat yang Bisa Perusahaan Anda Peroleh jika Mengundang Ongky Hojanto:

1. Anda akan memperoleh hasil *training* yang melebihi harapan karena kualitas serta mutu *training* telah diakui dunia internasional. Ongky Hojanto adalah *trainer* dengan *standard & international certificated*:

F.I.R.E Institute USA

National Federation of NLP (NFNLP)

America University of NLP (AUNLP)

America Board of NLP (ABNLP)

Association for NLP (ANLP)

International Association of NLP (IANLP)

NLP Association

World Society of Motivation Scientists and Professionals

Mind Transformation Singapore

2. Ada jaminan kepuasan di atas 90% atau uang kembali sehingga Anda memperoleh kepastian kualitas karena perusahaan-perusahaan besar di Indonesia berikut telah membuktikannya: PT SNS (Garuda Food), PT Lippo Karawaci Tbk, PT Asuransi Jiwa Bumi Putera, EmMAX Hongkong, PT Lion Dynasty Indonesia, Prodia, Hanny Kandou Photography, Parafone,

Paratronic, PT Habitat Asri/IT Center, PT Asuransi Jiwasraya, Yayasan Jembatan Harapan Bersama, Universitas Klabat, Universitas Sam Ratulangi, PT Naga Intan Sentosa, Manado Post, BNI, PT Indosat, Bank Tabungan Negara, Bank Indonesia, Bank Mega, BNI Card Center, Bank Mega, Klinik Stroke Karmel, Telkom Flexi, Kementerian Kesehatan RI, Flexter, Panasonic, Kino Corporation, Askes, PT Pegadaian.

Dipercaya oleh 3 kementerian:

- Kementerian Kesehatan RI
 - Kementerian Kelautan dan Perikanan
 - Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
3. Anda akan memperoleh suasana *training* yang FUN, FULL MUSIC, PENUH ENERGI, EMOTIONAL, dan MENYENANGKAN karena pengalaman dan jam terbang tinggi dari *Trainer* yang telah berbicara kepada lebih dari 80.000 orang di seluruh Indonesia:
- Jakarta, Surabaya, Bali, Pekanbaru, Balikpapan, Makassar, Manado, Malang, Ternate, Bandung, Semarang, Palu, Yogyakarta, Bandung, Medan, Padang, Banjarmasin
4. Anda akan memperoleh jawaban dan solusi dari setiap tantangan karena *Trainer* adalah seorang PRAKTISI di dunia bisnis serta memiliki pengalaman luas:

ONGKY HOJANTO
inspirasi sukses no.1 indonesia

Memiliki perusahaan
 jasa Event Organizer



Memiliki bisnis
di bidang Properti

5. Anda akan mendapatkan Inspirasi dan Motivasi untuk memacu KESUKSESAN Anda melalui pengalaman hidup yang kaya dari *trainer* yang bisa mengubah diri dari seorang pengungsi pada tahun 2000 menjadi Inspirator Sukses No. 1 Indonesia:



- Terpilih sebagai 1 dari 300 orang untuk menjadi Master Trainer Tung Desem Waringin (Pelatih Sukses No. 1 Indonesia)
- Penulis buku *best seller Financial Revolution in Action*
- Narasumber tetap acara Smart Revolution di radio Smart FM sejak 2008
- Narasumber tetap acara di Pacific TV Manado sejak 2007
- Bintang Iklan Bank Sulut
- Penulis di majalah *Info Bisnis Internasional*
- Partner koran *Kontan*

6. Anda akan memperoleh pembahasan materi yang dalam dan kaya contoh karena *Trainer* adalah seorang pemelajar yang telah belajar dari semua pembicara terbaik di dalam dan luar negeri:

Anthony Robbins (World No. 1 Success Coach), T. Harv Eker (USA), John Maisel (USA), William Horton, Psy.D (NFNLP-Florida), Tim Halboom (NLP Institute–California), Steve G. Jones, M.Ed, Michael Carroll (NLP Academy–London), Barney Wee (Singapura), Dr. Ernest Wong (Malaysia), Andrie Wongso, James Gwee, Tung Desem Waringin, RH. Wiwoho, Krishnamurti, FX. Hadi Tjokrosusilo.

7. Anda akan merasakan perubahan yang cepat dan hasil yang segera karena sistem *training* yang dirancang dengan metode NLP (*neuro linguistic programming*), yaitu semua informasi akan ditanam di pikiran bawah sadar Anda:

“A fantastic presentation, very interactive, fun but with a strong message of empowerment, giving passion, enthusiasm to everyone. Can’t wait to invite you to the next conference!”

—Yvette Switalski

Director PT. Lippo Karawaci Tbk

“Sungguh dahsyat hasil *training* yang dilakukan. Banyak teman yang termotivasi! Ada *sales* yang meningkat 229% dan ada tim yang meningkat 188%. Selain itu, saya melihat banyak pribadi yang terbangun mental dan pola pikirnya.”

—Jemmy Asiku

“Seminar motivasi yang dibawakan oleh Pak Ongky Hojanto sangat baik, positif, dan mendorong/membangkitkan motivasi para peserta.”

—**Joppy J. Lamonge**

Pemimpin Wilayah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

“Hasil yang luar biasa positif, terutama dalam servis dan penjualan mereka mengalami peningkatan.”

—**Pretty Fransiska**

Marketing Communication PT Indosat Manado Branch

“*Training* ini mempercepat proses pencapaian target-target perusahaan. SALAM SUKSES!”

—**Hermin Tikumaqdika**

Branch Manager Prodia Cabang Manado

“Cara memberikan motivasi ke tim kami penuh semangat dan sangat luar biasa. Sukses buat Bapak, sukses buat kita semua.”

—**Ketut Arnawa**

General Manager Telkom Indonesia Divisi Telkom Flexi

“Setelah mengundang Bapak Ongky untuk membawakan seminar di BNI Card Center Manado, hasilnya sangat luar biasa. Kami bisa memperoleh lebih dari 100% dari target yang diberikan sehingga meraih *the best regional card center* se-Indonesia tahun 2009.”

—**Daes Luriatmoko**

Pemimpin BNI Divisi Bisnis Kartu

Topik–Topik yang Diberikan:

1. **Sales Mastery with NLP** (Digunakan oleh BNI lebih dari 4 kali, Bank Sulut 2 kali, dan Jiwa Sraya)

Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan *salesman* dalam hal:

- Cara bersemangat menghadapi situasi yang sulit
- Memahami dan dapat menjalankan siklus penjualan untuk memperoleh hasil yang maksimal
- (Prospek—Pertemuan—Hubungan—Presentasi—Mengatasi Keberatan—Penutupan)
- Teknik membuat orang menyukai Anda dalam 5 detik atau kurang
- Teknik membangun TRUST prospek
- Teknik menggali kebutuhan dengan pertanyaan
- Teknik komunikasi yang menghipnotis untuk mengatasi keberatan yang dilontarkan
- 11 teknik komunikasi yang efektif dalam presentasi
- Teknik membaca bahasa tubuh seseorang
- Teknik mengarahkan pembelian tanpa disadari prospek
- Teknik memupuk emosi positif sehingga lebih mudah menutup penjualan
- Teknik penutupan penjualan yang selalu diterima
- Teknik mengatasi penolakan sehingga memperbesar peluang DEAL
- Teknik meminta *referral* dan testimoni

2. Motivation Mastery

Unlimited Success with NLP

(Digunakan oleh Ciputra Group setiap kali ada peluncuran proyek baru)

Seminar ini bertujuan mengetahui teknik dan cara memotivasi diri sendiri serta cara dan teknik memotivasi diri orang lain agar memperoleh hasil yang diinginkan.

Materi yang dibahas:

- Bagaimana menetapkan target dan mencapainya?
- Bagaimana mengubah *mindset* agar mendukung target Anda?
- Bagaimana membuat strategi yang ampuh?
- Teknik Walk Disney dalam merancang strategi
- Teknik berpikir ala de Bono
- Teknik mengubah rasa malas menjadi rajin, ragu menjadi percaya diri, dan takut menjadi berani
- Teknik melakukan evaluasi

3. Public Speaking Mastery

Materi yang dibahas:

- 10 Teknik membuka presentasi agar berkesan
- 5 Cara membuat penutupan yang tetap diingat
- 5 Cara membuat isi presentasi yang sistematis
- 3 S dalam presentasi:

Subject Mastery, Sequencing, dan Showmanship

- 6 Rahasia menyenangkan pendengar
- Cara mengendalikan rasa takut
- Cara menggunakan bahasa tubuh
- Cara menjawab pertanyaan sulit

- Mengetahui tipe audiens dan cara menangannya

4. Entrepreneurship Mastery

Seminar ini membahas rahasia dan tip menjadi *entrepreneur*.

Untuk informasi lebih lanjut silakan hubungi:

Tel. : 021 362 46 123

SMS : 0812 448 0909

E-mail : ongkyhojanto@yahoo.com

Dokumentasi Acara



Foto-foto seminar bisa diakses di www.Inspiratorsukses.com

Program Seminar dan Workshop untuk UMUM:

NLP Practitioner (5 hari 4 malam)

Ini adalah satu-satunya program NLP Practitioner yang memperoleh 3 sertifikat dari:

National Federation of NLP

International Association of NLP

America University of NLP

Berbeda dengan *workshop* NLP Practitioner yang lain, Indonesia NLP lebih menekankan pada HASIL dan aplikasi teknik-teknik NLP dalam Karier, Keluarga, Bisnis, dan pencapaian OUTCOME Anda.

NLP Master Practitioner

Anda akan belajar teknik-teknik lanjutan dari NLP Practitioner sehingga bisa melakukan percepatan OUTCOME Anda dan percepatan OUTCOME orang lain.

NLP Trainer

Indonesia NLP menyajikan NLP Trainer dengan format berbeda karena di NLP Trainer ada 3 poin utama yang akan dibahas:

1. Teknik menjadi *public speaker*
2. Teknik menjadi *trainerpreneur*. Bagaimana mengorganisir dan menjual seminar Anda?
3. Menguasai materi-materi NLP Practitioner

Selain itu, Anda akan dilengkapi dengan web sebagai sarana untuk menjual seminar dan materi-materi seminar sehingga Anda pun siap menjadi seorang *trainer*.

How To Speak with Confidence? (seminar 2 jam)

Dalam seminar ini Anda akan belajar 3 Rahasia penting untuk menjadi seorang pembicara yang percaya diri:

Subject Mastery—Teknik untuk menjadi ahli di topik yang Anda bawaan

Sequencing—Teknik membuat pembukaan, isi, dan penutupan presentasi Anda menarik, mudah dimengerti, serta gampang diingat

Showmanship—Teknik komunikasi nonverbal lewat bahasa tubuh Anda

Public Speaking Mastery (workshop 2 hari)

Poin-poin ini yang akan Anda peroleh dalam *workshop* ini:

- 10 Teknik membuka presentasi sehingga berkesan
 - 5 Cara membuat penutupan yang tetap diingat
 - 5 Cara membuat isi presentasi yang sistematis
 - 3 S dalam sebuah presentasi: Subject Mastery, Sequencing, dan Showmanship
 - 6 Rahasia menyenangkan pendengar
 - Cara mengendalikan rasa takut
 - Cara menggunakan bahasa tubuh
 - Cara menjawab pertanyaan sulit
 - Mengetahui tipe audiens dan cara menangannya
-

Wealth Mastery (Beli Buku *Financial Revolution in Action*—GRATIS seminar ini)

Anda akan belajar:

- Pola pikir yang membuat orang kaya
- Cara menjadi kaya
- Konsep Utang dan Aset

- Cara kaya melalui properti
- Cara kaya melalui bisnis
- Teknik membuat rencana secara mendetail

Daftar Pustaka

Abidin, Yusuf Zainal (2013). *Pengantar Retorika*. Bandung: Pustaka Set

Bandler, R. & Grinder. J. (1977). *The Pattern of Hypnotic Techniques of Milto H Ericson MD*. California: Grinder and Associates

Collins, Patrick (2009). *Speak with Power and Confidence*. New York: Sterling.

Ewing, Iain (1994). *The Best Presentation Skill*. Singapore: Ewing Communications Pte Ltd.

Lloyd-Hughes, Sarah (2011). *How to be Brilliant at Public Speaking*. Great Britanian: Prentice Hall.

Kasali, Rhenald (2010). *Myelin*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

King, Larry (1994). *How to Talk to Anyone, Anytime, Anywhere*. New York: Crown Publishers, Inc.

Sirat , Charles Bonar (2007). *The Power of Public Speaking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sikumbang, Dion. (2011). *Melejitkan Prestasi Berbasis Public Speaking... Ingat Kekuatan Kata Bisa Mengubah Dunia!*

Waringin, Tung Desem & Hojanto, Ongky (2010). *Financial Revolution in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Vitale, Joe (2007) *Hypnotic Writing: Cara Membujuk dan Meyakinkan Pelanggan (dan Siapa pun) Hanya dengan Kata-Kata Anda*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wee, Barney (2003) *NLP Master Practitioner Manual Book*. Singapore: Mind Transformations.

PUBLIC SPEAKING Academy



"If you want to be a leader, you had better be able to communicate"
Paul A Argenti - Professor of Corporate Communication

"For anyone, being able to communicate information is absolutely essential for success"

Dr. Gilda Carle Ph.D, M.S, B.A

Authored 15 books, The busiest television therapist in the business

- The New York Times

KEUNTUNGAN Belajar di Public Speaking Academy :

KEUNTUNGAN Bisnis Opportunity (BO) Public Speaking Academy :

1. Memiliki GARANSI return 30% pertahun
2. Pasar yang luas (SD hingga Dewasa)
3. 1 kabupaten kota hanya akan di buka 1 cabang
4. BO pertama di Indonesia dengan program public speaking comprehensive
5. Ditunjang oleh para Master Trainer yang professional dengan standart International
6. Metode public speaking di gunakan oleh perusahaan Nasional dan International
7. Disupport secara Nasioanal melalui website

1. Memiliki GARANSI belajar sampai bisa
2. Pengajar yang professional sehingga hasil yang optimal
3. Materi di design oleh pakar Public Speaking dan Penulis buku best seller Nasional – Ongky Hojanto
4. Program belajar mengikuti stardart belajar Intenational – Barnice McCarthy
5. Memperoleh ilmu Public Speaking yang diturunkan langsung oleh guru-guru Public Speaking Dunia :
Iain Ewing, Larry King, Dale Carnegie, Patrick Collins, Sarah Lloyd – Hughes melalui para Master Trainer

Program Public Speaking Class	selama 3 bulan (seminggu sekali)
Public Speaking Seminar	selama 3 jam
Public Speaking workshop	selama 1 hari
Public Speaking exclusive workshop	selama 2 hari
Public speaking coaching (one on one)	selama 3 hari

Harga Normal Master BO : Rp. 500.000.000 selama 5 tahun

Harga Promosi Master BO : hanya Rp. 300.000.000 selama 5 tahun

Info

hubungi : 021 362 46123
Sms : 0812 448 0909
Email : ongkyhojanto@yahoo.com

Bagi 5 orang pertama diberikan :
Uang Tunai
Rp 150.000.000
untuk renovasi, gaji karyawan,
membeli peralatan
kantor,dll

"For anyone, being able to communicate information is absolutely essential."

—**Dr. Gilda Carle Ph.D, M.S, B.A**
Author of 15 books, The busiest
Television Therapist in the business
according to New York Times

"Saya pikir buku ini biasa-biasa saja. Ternyata saya kece! Ini bukan buku biasa. Saya yakin pembaca akan menyesal setengah mati karena buku ini tidak hadir lebih awal. Jangan percaya dengan kata-kata saya sebelum Anda membuktikannya sendiri!"

—**Prasetya M. Brata | The Indonesian**
Mind Provocateur, Public Speaker,
Trainer, Coach, Neurosemanticist,
Pengasuh talkshow PROVOKASI di
Smart FM Network, Penulis buku
serial PROVOKASI

"I just bought *Public Speaking Mastery*. This book is so extraordinary, the best book ever written on public speaking. I know it as I am a competent toastmaster."

—**Frans Budi Pranata | Personal**
Success Character Coach No 1 in Asia
www.budipranata.com

"GILA!!! Buku ini seharusnya tidak boleh terbit karena buku inilah yang ditakuti oleh para *trainer public speaking*. Lewat buku ini, teknik *public speaking* yang sesuai dengan standar internasional dikupas tuntas. Setelah membaca buku ini Anda tidak akan memiliki keraguan lagi dalam *public speaking*."

—**Rudy Sugiono | Trainer-Motivator**
www.rudysugiono.com

 **@ongkyhojanto**

www.PublicSpeakingAcademy.info
www.InspiratorSukses.com
www.OngkyHojanto.com

Penerbit
PT Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building
Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29-37
Jakarta 10270
www.gramediapustakautama.com

"If you want to be a leader, you had better be able to communicate."

—**Paul A. Argenti | Professor**
of Management and Corporate
Communication
Tuck School of Business at
Dartmouth

"Hati-hati! Anda akan mendadak sangat percaya diri berbicara di depan umum setelah membaca buku ini. Buku ini benar-benar layak disebut kitabnya *public speaking* karena isinya sangat komplet. Mengajari Anda *step by step*, dari cara mengatasi rasa takut, teknik menyusun presentasi yang baik dan menarik, hingga cara menyampaikan dengan bahasa tubuh yang menawan. Saran saya, beli dan praktikkan!"

—**Fuad Zakiy (@motivator)top**
International NLP Trainer approved
by NF-NLP, Florida USA & IA-NLP,
Switzerland
www.fuadzakiy.com

"Saya sangat berterima kasih karena *Coach* membuat buku *public speaking* yang menurut saya sangat luar biasa. Saya sudah baca berkali-kali dan terapkan. Hasilnya *amazing*! Bahkan saat ini alhamdulillah saya dibayar jutaan rupiah untuk mengisi *training* karena membaca buku *Coach Ongky Hojanto* tentang *public speaking*. Salam *public speaking*!!!"

—**Risman Aries | Makassar**

PUBLIC SPEAKING
Academy

ISBN: 978-979-22-9906-9



9 789792 229906
GM 20401130092